

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta dampaknya pada Keputusan Berkunjung. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah *Co-Creation Experiences* sebagai variabel bebas (*independent variable*). dan yang menjadi variabel perantara (*intervening variable*) adalah identitas Kabupaten Garut yang terdiri dari *brand as product, brand as organization, brand as person* dan *brand as symbol*. Adapun yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan Berkunjung yang terdiri dari daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan dan sumber layanan.

Menurut Ruth McNeil (2005:57) dalam *Business to Business Market Research*, penelitian adalah pengumpulan dan analisis data suatu sampel dari individu-individu atau organisasi yang berkaitan dengan perilaku, karakteristik, sikap, pendapat atau keuangan. Hal tersebut mencakup semua bentuk pemasaran dan penelitian sosial seperti *survei* konsumen dan industri, investigasi psikologis, observasi dan studi panel.

Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah Wisatawan yang membeli produk sebagai identitas Kabupaten Garut. Pemilihan Kabupaten Garut tersebut karena merupakan salah satu daerah yang mengembangkan *Co-Creation Experiences* pada produk dan jasa. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka

akan dianalisis mengenai penerapan *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta dampaknya pada Keputusan Berkunjung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Travers (dalam Husain Umar 2008:21) menjelaskan bahwa, “Penelitian dengan metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan tentang pengaruh *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta dampaknya pada Keputusan Berkunjung.

Penelitian yang berupa deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut yang terdiri dari *brand as product*, *brand as organization*, *brand as person* dan *brand as symbol*. Serta dampaknya terhadap keputusan Berkunjung yang terdiri dari daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan dan sumber layanan. Sedangkan untuk penelitian verifikatif bermaksud untuk mengetes kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh program *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut yang terdiri dari *brand as product*, *brand as organization*, *brand*

as person dan *brand as symbol*. Serta dampaknya terhadap keputusan Berkunjung yang terdiri dari daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan dan sumber layanan.

Mengingat jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survei explanatory*. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2009:11) “Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2008:5),

Metode Survei yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga di temukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Menurut David Kline (dalam Sugiyono 2008:5), metode survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok *control* seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan biasanya lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penjabaran operasional dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah ini

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Co-creation</i> (X)	Kemampuan perusahaan dengan cepat mengubah arah strategis yang berkaitan dengan produk dan pasar (Johnson et al. 2003 hal.74)				
		Produk kuliner (Chocodot, kerupuk kulit)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variasi rasa yang beragam ▪ Desain kemasan yang menarik ▪ Kelengkapan kemasan berbagai ukuran ▪ Sensasi rasa yang berwarna ▪ Nama merek yang lucu dan mudah diingat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat variasi rasa yang beragam ▪ Tingkat daya tarik desain kemasan ▪ Tingkat kelengkapan kemasan berbagai ukuran ▪ Tingkat sensasi rasa yang berwarna ▪ Tingkat keunikan nama merek yang lucu dan mudah diingat 	Ordinal
		Produk wisata (Cipanas, Kawah darajat)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variasi pilihan wahana bermain ▪ Desain konsep atau tampilan wisata ▪ Kelengkapan fasilitas wahana bermain ▪ Sensasi pemandangan dan udara yang sejuk ▪ Menyediakan saung-saung yang berada di bukit lembah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat variasi pilihan wahana bermain ▪ Tingkat daya tarik desain konsep atau tampilan wisata ▪ Tingkat kelengkapan fasilitas wahana bermain ▪ Tingkat sensasi pemandangan dan udara yang sejuk ▪ Tingkat keunikan menyediakan saung-saung yang berada di bukit lembah 	Ordinal
		Produk khas (Batik, kulit)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Varian warna yang beragam ▪ Daya tarik desain model ▪ Kelengkapan berbagai ukuran ▪ Sensasi aneka bentuk yang beragam ▪ Motif yang unik 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat varian warna yang beragam ▪ Tingkat daya tarik desain model ▪ Tingkat kelengkapan berbagai ukuran ▪ Tingkat sensasi aneka bentuk yang beragam ▪ Tingkat keunikan motif 	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Identitas Garut (Y)	Identitas adalah suatu himpunan yang unik dari asosiasi merek untuk diciptakan atau dipelihara. Asosiasi ini menunjukkan kedudukan suatu merek dan menyiratkan suatu janji kepada pelanggan-pelanggan dari para anggota organisasi (Craven, 2009:302)				
		<i>Brand As Product (Y₁)</i> identitas merek yang secara langsung berhubungan dengan pembelian atau penggunaan produk yang memberikan keuntungan fungsional atau emosional bagi konsumen (David Aaker dan Erich 2002:43)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chocodot sebagai produk kuliner ciri khas Garut ▪ Kerupuk kulit sebagai produk kuliner ciri khas Garut ▪ Cipanas sebagai produk wisata alam ciri khas Garut ▪ Kawah darajat sebagai produk wisata alam ciri khas Garut ▪ Batik sebagai produk khas Garut ▪ Kulit sebagai produk khas Garut 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat ketepatan Chocodot sebagai produk kuliner ciri khas Garut ▪ Tingkat ketepatan Kerupuk kulit sebagai produk kuliner ciri khas Garut ▪ Tingkat ketepatan Cipanas sebagai produk wisata alam ciri khas Garut ▪ Tingkat ketepatan Kawah darajat sebagai produk wisata alam ciri khas Garut ▪ Tingkat ketepatan Batik sebagai produk wisata alam ciri khas Garut ▪ Tingkat ketepatan Kulit sebagai produk ciri khas Garut 	Ordinal
		<i>Brand As Organization (Y₂)</i> merek mewakili budaya, nilai dan program perusahaan (Aaker 1996:75)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garut Kota Chocodot ▪ Garut Kota Dodol ▪ Garut Kota Batik ▪ Garut Kota Kulit ▪ Garut Kota Domba ▪ Garut Kota Intan ▪ Garut Kota Swiss Van Java 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Chocodot ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Dodol ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Batik ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Kulit ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Domba ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Intan ▪ Tingkat kesesuaian Garut Kota Swiss Van Java 	Ordinal
		<i>Brand As Person (Y₃)</i> identitas merek yang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sikap ramah tamah menunjukkan ciri khas masyarakat Garut ▪ Kreatif menunjukkan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat sikap ramah tamah menunjukkan ciri khas masyarakat Garut 	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		diasumsikan seperti halnya manusia (David Aaker dan Erich 2002:43)	ciri khas masyarakat Garut <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sikap religious menunjukkan ciri khas masyarakat Garut 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kreatif menunjukkan ciri khas masyarakat Garut ▪ Tingkat sikap religious menunjukkan ciri khas masyarakat Garut 	
		<i>Brand As Symbol (Y₄)</i> Identitas merek yang dapat mempermudah produk untuk dikenal dan diingat (David Aaker dan Erich 2002:43)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Simbol Garut dicirikan dengan Chocodot ▪ Simbol Garut dicirikan dengan Kerupuk Kulit ▪ Simbol Garut dicirikan dengan Cipanas ▪ Simbol Garut dicirikan dengan Kawah Darajat ▪ Simbol Garut dicirikan dengan Batik ▪ Simbol Garut dicirikan dengan Jacket kulit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ketepatan simbol Garut dicirikan dengan Chocodot ▪ Ketepatan simbol Garut dicirikan dengan Kerupuk Kulit ▪ Ketepatan simbol Garut dicirikan dengan Cipanas ▪ Ketepatan simbol Garut dicirikan dengan Kawah Darajat ▪ Ketepatan simbol Garut dicirikan dengan Batik ▪ Ketepatan simbol Garut dicirikan dengan Jacket kulit 	Ordinal
Keputusan Mengunjungi (Z)	Waktu luang, uang, sarana dan prasarana merupakan permintaan potensial wisata yang harus ditransformasikan menjadi permintaan riil, yakni pengambilan keputusan wisata (Freyer dan Mundt, seperti dikutip Damanik dan Weber, 2006:5)				
		Daerah tujuan (Z ₁)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesesuaian tempat tujuan Garut dengan kebutuhan pengunjung ▪ Ketersediaan informasi tentang Garut 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kesesuaian tempat tujuan Garut dengan kebutuhan pengunjung ▪ Tingkat ketersediaan informasi tentang Garut 	Ordinal
		Moda perjalanan (Z ₂)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alat transportasi untuk berkunjung ke Garut Garut. ▪ Alat transportasi yang tersedia ▪ Kenyamanan alat transportasi yang tersedia. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kemudahan alat transportasi untuk berkunjung ke Garut Garut. ▪ Tingkat keragaman alatt transportasi yang tersedia ▪ Tingkat kenyamanan alat transportasi yang tersedia. 	Ordinal
		Waktu dan biaya (Z ₃)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keputusan berkunjung pada waktu <i>weekend</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat ketergantungan berkunjung pada waktu <i>weekend</i> 	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keputusan berkunjung pada waktu <i>weekdays</i> ▪ Keputusan berkunjung pada waktu hari liburan atau hari nasional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat ketergantungan berkunjung pada waktu <i>weekdays</i> ▪ Tingkat ketergantungan berkunjung pada waktu hari liburan atau hari nasional 	
		Pengatur perjalanan (Z_4)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ketergantungan terhadap biro perjalanan ketika berkunjung ke Garut. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat ketergantungan terhadap biro perjalanan ketika berkunjung ke Garut. 	Ordinal
		Sumber layanan (Z_5)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Layanan yang diberikan, seperti pemandu wisata, pusat souvenir, fotografi, dan lain-lain. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keragaman layanan yang diberikan, seperti pemandu wisata, pusat souvenir, fotografi, dan lain-lain. 	Ordinal

Sumber : Hasil pengolahan data 2012

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data di mana data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dari objek yang berhubungan dengan penelitian.

Menurut Asep Hermawan (2008:168) yang dimaksud dengan data primer adalah:

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa *survei* ataupun observasi.

Menurut Ruth McNeil (2005:56) data primer memiliki ciri:

- a. Pengumpulan informasi langsung dari responden menggunakan metodologi yang sesuai.
- b. Ditugaskan secara langsung oleh peneliti. Sedangkan implikasinya:

1. *Customized*. Data disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.
 2. *Syndicated*. Data diperoleh peneliti dengan melibatkan data penelitian terdahulu.
 3. *Omnibus*. Data diperoleh dari sebuah lembaga penelitian dalam kurun waktu tertentu.
- c. Data diperoleh langsung dari objek penelitian, akan tetapi tidak dipublikasikan.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Garut yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi penelitian, yaitu pengunjung yang membeli produk dan jasa khas Kabupaten Garut.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Menurut Asep Hermawan (2008:168), "Data sekunder adalah struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain". Penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur artikel, jurnal ilmiah, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Lebih jelasnya sumber data pada penelitian ini terlihat pada Tabel 3.2 berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Garut	Primer	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut tahun 2011
2	Tingkat Pertumbuhan Pengeleloan dan Pendapatan	Primer	Dinas Pengelolaan dan Pendapatan Kabupaten

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
	Keuangan Asli Daerah Kabupaten Garut		Garut 2007-2011
3	Indonesia Most Recommended Cities for Business	Sekunder	Majalah SWA 17 9-26 Agustus
4	Jumlah pengunjung Chocodot	Sekunder	Chocodot
5	Jumlah pengunjung Kerupuk Kulit	Primer	Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Garut
6	Jumlah pengunjung Cipanas	Primer	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut
7	Jumlah pengunjung Kawah Darajat	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut
8	Jumlah pengunjung Batik	Sekunder	Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Garut
9	Jumlah pengunjung Jaket Kulit	Sekunder	Dinas Perindustrian dan perdagangan Kabupaten Garut

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Penelitian yang dilakukan selalu berkaitan dengan kegiatan mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting. Menurut kamus riset karangan Kommaruddin dalam Mardalis (2003:53) "Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel". Menurut Siswojo dalam Mardalis (2003:54) "Populasi adalah sejumlah kasus yang memenuhi seperangkat kriteria yang ditentukan peneliti". Menurut Suharsimi Arikunto (2009:130) "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian".

Fitri Lestari, 2013

Pengaruh Co-Creation Experiences Terhadap Identitas Kabupaten Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:115). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah para Wisatawan Nusantara (Wisnus) yang mengunjungi 6 wisata yang tersebar di wilayah Kabupaten Garut sejumlah 578.921 orang pada periode Januari-Desember 2011 seperti terlihat pada tabel berikut ini:

TABEL 3.3
JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA KE KABUPATEN GARUT
TAHUN 2011 (PER RIBU ORANG)

No.	Nama Produk	Jumlah Pengunjung
1.	Chocodot	12.341
2.	Kerupuk Kulit	56.180
3.	Cipanas	405.492
4.	Kawah Darajat	36.132
5.	Batik	30.348
6.	Jaket Kulit	38.428
	Jumlah	578.921

Sumber: Dinas Perhubungan, Pariwisata, dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Garut Tahun 2011

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah satu subset atau tiap bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representatif atau tidak. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih

dari populasi (Ulber Silalahi, 2006:234). Menurut David A. Aaker et. al. (2004:760), “A subset of elements from a population.” (Artinya: Suatu subset unsur-unsur dari suatu populasi).

Sampel diartikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:131) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Pada penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan beberapa faktor, di antaranya:

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang tersedia.

Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Menurut Sugiyono (2008:116):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian wisatawan pembeli produk dan jasa di Kabupaten Garut. Jumlah sampel

yang diambil dalam penelitian ini sebesar 240 sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Harun Al Rasyid,1994:44)

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Harun Al Rasyid,1994:44)

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel


S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

- a. Jumlah item = 47
- b. Nilai tertinggi skor responden = (47x5) = 235
- c. Nilai terendah skor responden = (47x1) = 47
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
= (140–28) = 188
- e. *Deming's Empirical Rule* yang digunakan adalah:
S = (0,21) (188) = 39,48
S = 39,48

Keterangan:

$S = (0,21)$, berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri,  artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 3 dan 4.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 terlebih dahulu, yaitu:

Diketahui:

$$N = 578.921 \text{ orang}$$

$$A = 0,05$$

$$\Delta = 5 \%$$

$$Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 \rightarrow 1,96$$

(Lihat Tabel Z yaitu Tabel Nominal baku akan diperoleh nilai 1,96)

$$S = 39,48$$

$$n_0 = \left[\frac{(1,96)(39,48)}{5} \right]^2$$

$$= \left[\frac{77,3808}{5} \right]^2$$

$$= [15,47616]^2$$

$$= 239,51153$$

$$N = \frac{239,51153}{1 + \frac{239,5115323}{578,921}}$$

$$= \frac{239,51153}{1,00041372}$$

$$= 239,4 = 240$$

Berdasarkan penghitungan di atas, ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini $\alpha = 0,05$ dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 240 responden.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2008:73) mengemukakan bahwa: “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel”. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Populasi pada penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:134) teknik ini digunakan apabila populasi yang diteliti dianggap homogen. Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel secara sistematis, untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Karena populasi dalam penelitian ini terdiri dari 6 tempat wisata, maka pembagian sampel untuk setiap tempat wisata dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus alokasi *proportional* dari Sugiyono (2010:128) sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

dimana: n_i = jumlah sampel menurut stratum

n = jumlah sampel seluruhnya

N_i = jumlah populasi menurut stratum

N = jumlah populasi seluruhnya

TABEL 3.4
PROPORSI PENYEBARAN SAMPEL

No	Tujuan Wisatawan	Populasi	Perhitungan	Sampel
1	Chocodot	1.100	12.341/578.921 x 240	5
2	Kerupuk Kulit	2.119	56.180/578.921 x 240	23
3	Cipanas	33.791	405.492/578.921 x 240	168
4	Kawah darajat	3.011	36.132/578.921 x 240	15
5	Batik	1.716	30.348/578.921 x 240	13
6	Jaket	24.341	38.428/578.921 x 240	16
Jumlah		578.921		240

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2013

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Chocodot, Kerupuk kulit, Batik, Jaket kulit di Kabupaten Garut. untuk memperoleh data mengenai jumlah pengunjung periode 2011

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Chocodot,

Kerupuk kulit, Cipanas, Kawah Darajat, Batik, Jaket kulit khususnya aktivitas mengenai pengunjung yang datang.

3. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden pada pengunjung Chocodot, Kerupuk kulit, Cipanas, Kawah Darajat, Batik, Jaket kulit.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *Co-creation Experiences*, identitas Garut dan keputusan berkunjung.

Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan UPI, Perpustakaan Institut Teknologi Bandung, Perpustakaan STT Telkom Bandung b) Skripsi, Tesis, Disertasi, c) Jurnal *Marketing*, d) Media Cetak (Majalah), e) Media Elektronik (Internet).

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian.

Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21.0 for IBM.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas.

Pengujian validitas instrument dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2009:146).

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:146):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Asep Hermawan (2008:211) ”Validitas data merupakan suatu proses penentuan apakah suatu wawancara dalam survei atau observasi dilakukan dengan benar dan bebas dari bias”.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut

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

(Suharsimi Arikunto 2009:146)

Keterangan:

- 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

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:245) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

TABEL 3.5
INTERPRETASI NILAI r

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0.800 sampai dengan 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai dengan 0.800	Cukup
Antara 0.400 sampai dengan 0.600	Agak Rendah
Antara 0.200 sampai dengan 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai dengan 0.200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009: 245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

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

(Sugiyono, 2008:250)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} . ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *Co-Creation Experiences* sebagai variabel X, Identitas Kabupaten Garut sebagai variabel Y dan instrumen Keputusan Berkunjung sebagai variabel Z. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X adalah 15 dan seluruh item tersebut valid, jumlah pertanyaan untuk variabel Y adalah 22, sedangkan untuk item pertanyaan Variabel Z berjumlah 10 item.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *CO-CREATION EXPERIENCES*

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
<i>CO-CREATION EXPERIENCES</i>				
1. Produk Kuliner (Chocodot dan Kerupuk Kulit)				
1	Variasi rasa yang ditawarkan	0,811	0,374	Valid
2	Desain kemasan yang menarik	0,831	0,374	Valid
3	Menyediakan kemasan dalam berbagai ukuran	0,810	0,374	Valid
4	Sensasi rasa yang berwarna	0,860	0,374	Valid
5	Nama merek yang lucu, unik dan mudah diingat	0,867	0,374	Valid
2. Produk Wisata (Cipanas dan Kawah Darajat)				
6	Variasi pilihan wahana bermain	0,818	0,374	Valid
7	Desain konsep atau tampilan tempat wisata	0,871	0,374	Valid
8	Kelengkapan fasilitas wahana bermain	0,849	0,374	Valid
9	Sensasi pemandangan dengan udara sejuk	0,887	0,374	Valid
10	Menyediakan saung yang berada di bukit-bukit lembah	0,926	0,374	Valid
3. Produk khas (Batik dan Kulit)				
11	Variasi warna yang beragam	0,845	0,374	Valid
12	Desain model	0,861	0,374	Valid
13	Menyediakan berbagai ukuran	0,676	0,374	Valid
14	Sensasi aneka bentuk yang beragam	0,847	0,374	Valid
15	Motif yang unik	0,787	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel *co-creation Experiences* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi produk wisata (cipanas dan waduk darajat) dengan item pernyataan, Menyediakan saung yang berada di bukit-bukit lembah, yang bernilai 0.926, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi Produk khas (Batik dan Kulit) dengan item pernyataan, Menyediakan berbagai ukuran yang bernilai 0.676 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel identitas kabupaten Garut berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for IBM*. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan

dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.7 yang disajikan sebagai berikut.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS IDENTITAS KABUPATEN GARUT

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
IDENTITAS KABUPATEN GARUT				
1. Brand As Product				
Kuliner				
1	Chocodot sebagai produk kuliner ciri khas Garut	0,888	0,374	Valid
2	Kerupuk kulit sebagai produk kuliner ciri khas Garut	0,856	0,374	Valid
Alam				
3	Cipanas sebagai produk wisata alam ciri khas Garut	0,856	0,374	Valid
4	Kawah darajat sebagai produk wisata alam ciri khas Garut	0,926	0,374	Valid
Khas				
5	Batik sebagai produk ciri khas Garut	0,938	0,374	Valid
6	Kulit sebagai produk ciri khas Garut	0,893	0,374	Valid
2. Brand Organization				
7	Garut Kota Chocodot	0,871	0,374	Valid
8	Garut Kota Dodol	0,873	0,374	Valid
9	Garut Kota Batik	0,831	0,374	Valid
10	Garut Kota Kulit	0,914	0,374	Valid
11	Garut Kota Domba	0,783	0,374	Valid
12	Garut Kota intan	0,912	0,374	Valid
13	Garut Kota Swiss Van Java	0,878	0,374	Valid
3. Brand As Person				
14	Sikap ramah tamah menunjukkan ciri khas masyarakat Garut	0,835	0,374	Valid
15	Kreatif menunjukkan ciri khas masyarakat Garut	0,524	0,374	Valid
16	Sikap religious menunjukkan ciri khas masyarakat Garut	0,725	0,374	Valid
4. Brand As Symbol				
17	Simbol Garut dicirikan dengan Chocodot	0,830	0,374	Valid
18	Simbol Garut dicirikan dengan Kerupuk Kulit	0,897	0,374	Valid
19	Simbol Garut dicirikan dengan Cipanas	0,909	0,374	Valid
20	Simbol Garut dicirikan dengan Kawah Darajat	0,712	0,374	Valid
21	Simbol Garut dicirikan dengan Batik	0,583	0,374	Valid
22	Simbol Garut dicirikan dengan Jaket kulit	0,807	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan berkunjung berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for IBM. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel}

yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.8 yang disajikan sebagai berikut.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
KEPUTUSAN BERKUNJUNG				
1. Daerah Tujuan				
1	Kesesuaian tempat tujuan Garut dengan kebutuhan pengunjung.	0,773	0,374	Valid
2	Ketersediaan informasi tentang Garut.	0,804	0,374	Valid
2. Moda Perjalanan				
3	Alat transportasi untuk berkunjung ke Garut Garut	0,846	0,374	Valid
4	Alat transportasi yang tersedia.	0,788	0,374	Valid
5	Kenyamanan alat transportasi yang tersedia.	0,739	0,374	Valid
3. Waktu dan Biaya				
6	Keputusan berkunjung pada waktu <i>weekend</i>	0,799	0,374	Valid
7	Keputusan berkunjung pada waktu <i>weekdays</i>	0,734	0,374	Valid
8	Keputusan berkunjung pada waktu hari liburan atau hari nasional	0,740	0,374	Valid
4. Pengatur Perjalanan				
9	Ketertarikan terhadap biro perjalanan ketika berkunjung ke Garut	0,552	0,374	Valid
5. Sumber Layanan				
10	Layanan yang diberikan, seperti pemandu wisata, pusat souvenir, fotografi, dan lain-lain.	0,831	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:172), “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

(Sugiyono, 2008:190)

Keterangan:

r_i = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2008:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 (30-2=28) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,347. Berdasarkan Tabel 3.9 berikut ini dapat diketahui

bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama

TABEL 3.9
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Co-creation Experiences</i>	0,920	0,374	Reliabel
2	Identitas Kabupaten Garut	0,874	0,374	Reliabel
3	Keputusan Berkunjung	0,956	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013 (Menggunakan SPSS 21,00 For IBM)

3.3 Rancangan Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X, Y dan Z.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran responden terhadap pengaruh *co-creation Experiences* terhadap identitas Kabupaten Garut serta dampaknya pada keputusan berkunjung pada wisatawan pengunjung kabupaten Garut.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis *analytical (explanatory)*, maka dilakukan analisis jalur (*Path Analisis*). Karena penelitian ini menganalisis tiga variabel, yaitu *co-creation Experiences (X)*, Identitas Kabupaten Garut (*Y*) dan keputusan berkunjung (*Z*), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis jalur (*path Analisis*).

3.3.2 Rancangan Analisis Deskriptif

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner/survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *co-creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (*Co-creation Experiences*)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap variasi, desain, kelengkapan, sensasi dan merek.

2. Analisis deskriptif Variabel Y (Identitas Kabupaten Garut)

Variabel Y yang diteliti terfokus pada Identitas Kabupaten yang meliputi *brand as product, brand as organization, brand as person, brand as symbol*.

3. Analisis deskriptif Variabel Z (Keputusan Berkunjung)

Variabel Y yang diteliti terfokus pada daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan, sumber layanan.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan variabel X, Y dan Z digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.10 sebagai berikut:

TABEL 3.10
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985: 184)

3.3.3 Rancangan Analisis Verifikatif

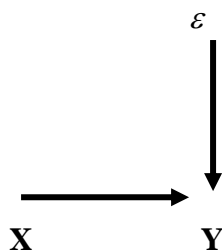
Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *Co-Creation Experiences* (X) terhadap Identitas Kabupaten Garut (Y) yang terdiri dari *brand as product* (Y1), *brand as organization* (Y2), *brand as person* (Y3), *brand as symbol* (Y4), serta dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Z), adalah analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap Y serta pengaruhnya terhadap variabel Z baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis di bawah ini yang disusun berdasarkan hipotesis yang diajukan ada 3 hipotesis.

Hipotesis 1:

Hipotesis 1 yang diajukan yaitu terdapat pengaruh antara *co-creation experiences* (X) terhadap identitas Kabupaten (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan

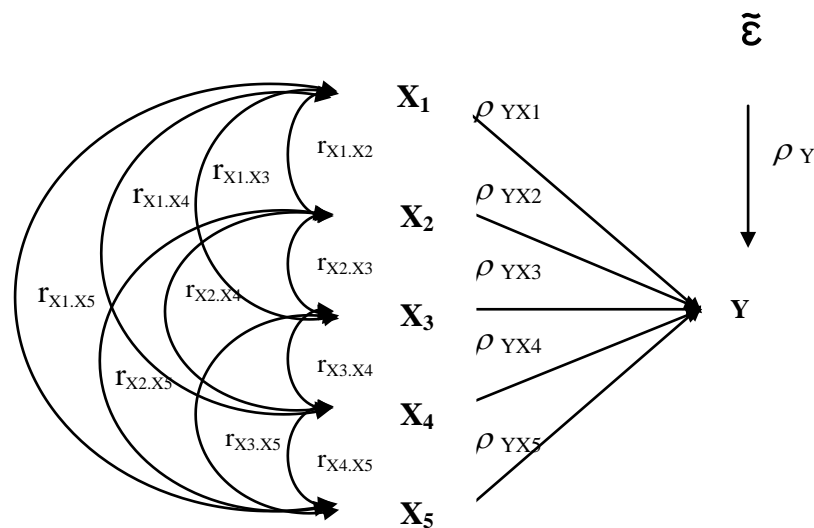
X: *Co-Creation Experiences*

Y: Identitas Kabupaten Garut

$\bar{\epsilon}$: epsilon(variable lain)

————→ : Hubungan Kausalitas

- b. Selanjutnya diagram hipotesis 1 di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS 1

Keterangan:

- X_1 = Sub Variabel variasi
 X_2 = Sub Variabel desain
 X_3 = Sub Variabel kelengkapan
 X_4 = Sub Variabel sensasi
 X_5 = Sub Variabel merek
 Y = Variabel Identitas Kabupaten Garut
 \rightarrow = Hubungan Kausalitas
 \leftrightarrow = Hubungan Korelasional
 ε = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{bmatrix} X1_1 & X1_2 & X1_3 & X1_4 & X1_5 \\ 1 & r_{X2X1} & r_{X3X1} & r_{X4X1} & r_{X5X1} \\ & 1 & r_{X3X2} & r_{X4X2} & r_{X5X2} \\ & & 1 & r_{X4X3} & r_{X5X3} \\ & & & 1 & r_{X5X4} \\ & & & & 1 \end{bmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R1^{-1} = \begin{bmatrix} X1 & X2 & X3 & X4 & X5 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 & C1.5 \\ & C2.2 & C2.3 & C2.4 & C2.5 \\ & & C3.3 & C3.4 & C3.5 \\ & & & C4.4 & C4.5 \\ & & & & C5.5 \end{bmatrix}$$

3. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho YX_1 \\ \rho YX_2 \\ \rho YX_3 \\ \rho YX_4 \\ \rho YX_5 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} rY_{X1} \\ rY_{X2} \\ rY_{X3} \\ rY_{X4} \\ rY_{X5} \end{bmatrix}$$

4. Hitung R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, \dots, X_5) = [\rho YX_1, \dots, (\rho YX_5)] \begin{bmatrix} rY_{X1} \\ \dots \\ rY_{X5} \end{bmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

Pengaruh (X_1) terhadap Y

Pengaruh langsung	= $\rho YX_1 \cdot \rho YX_1$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho YX_1 \cdot r_{X_1 \cdot X_2} \cdot \rho YX_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $\rho YX_1 \cdot r_{X_1 \cdot X_3} \cdot \rho YX_3$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $\rho YX_1 \cdot r_{X_1 \cdot X_4} \cdot \rho YX_4$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $\rho YX_1 \cdot r_{X_1 \cdot X_5} \cdot \rho YX_5$ +
Pengaruh total (X_1) terhadap Y	=

Pengaruh (X₂) terhadap Y

Pengaruh langsung

= $\rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁)

= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃)

= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄)

= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_4} \cdot \rho_{YX_4}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₅)

= $\frac{\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2, X_5} \cdot \rho_{YX_5}}{\dots\dots\dots}$

Pengaruh total (X₂) terhadap Y

= $\dots\dots\dots$

Pengaruh (X₃) terhadap Y

Pengaruh langsung

= $\rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁)

= $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂)

= $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄)

= $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_4} \cdot \rho_{YX_4}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₅)

= $\frac{\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_5} \cdot \rho_{YX_5}}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh total (X₃) terhadap Y

= $\dots\dots\dots$

Pengaruh (X₄) terhadap Y

Pengaruh langsung

= $\rho_{YX_4} \cdot \rho_{YX_4}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁)

= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂)

= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃)

= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₅)

= $\frac{\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_5} \cdot \rho_{YX_5}}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh total (X₄) terhadap Y

= $\dots\dots\dots$

Pengaruh (X₅) terhadap Y

Pengaruh langsung

= $\rho_{YX_5} \cdot \rho_{YX_5}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₁)

= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂)

= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃)

= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_3} \cdot \rho_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄)

= $\frac{\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5, X_4} \cdot \rho_{YX_4}}{\dots\dots\dots} +$

Pengaruh total (X₅) terhadap Y

= $\dots\dots\dots$

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

7. Keputusan penerimaan atau perolehan Ho

Rumusan hipotesis operasional:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(x_1, x_2, \dots, x_5)}}$$

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = \rho_{YX_3} = \rho_{YX_4} = \rho_{YX_5} = 0$$

$$H_a : \text{Sekurang-kurangnya ada sebuah } \rho_{YX_i} \neq 0, i = 1, 2, 3, 4, 5.$$

8. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-i) \sum_{YXi}^k \rho_{YXi} \rho}{(n-k-i) \sum_{YXi}^k \rho_{YXi} \rho}$$

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

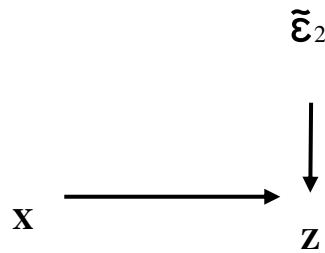
$$t = \frac{\rho_{XYi} - \rho_{XYj}}{\sqrt{\frac{(1-R^2 Y_{(X1,X2,X3,X4,X5, X6)})(C_{ii}+C_{ij}+C_{jj})}{(n-K-1)}}$$

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

Hipotesis 2:

Hipotesis 2 yang diajukan adalah terdapat pengaruh antara *Co-Creation Experiences* (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Z). Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Hipotesis digambarkan sebagai berikut:



GAMBAR 3.3
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL HIPOTESIS 2

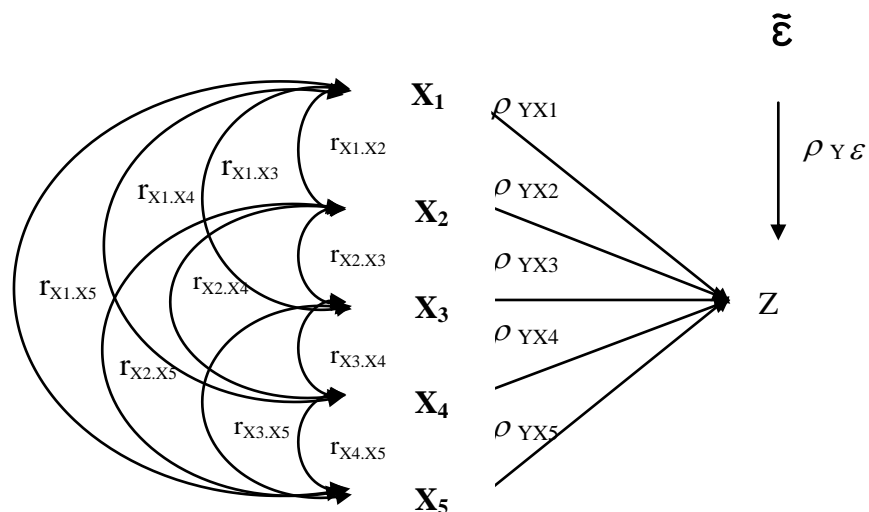
Keterangan:

X : *Co-Creation Experiences*

Z : Keputusan Berkunjung

$\tilde{\epsilon}_3$: Epsilon 2

b. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4



GAMBAR 3.4
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 2

Keterangan:

- X_1 = Sub Variabel variasi
 X_2 = Sub Variabel desain
 X_3 = Sub Variabel kelengkapan
 X_4 = Sub Variabel sensasi
 X_5 = Sub Variabel merek
 Z = Variabel Keputusan berkunjung
 \rightarrow = Hubungan Kausalitas
 \leftrightarrow = Hubungan Korelasional
 ε = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{bmatrix} X1_1 & X1_2 & X1_3 & X1_4 & X1_5 \\ 1 & r_{X2X1} & r_{X3X1} & r_{X4X1} & r_{X5X1} \\ & 1 & r_{X3X2} & r_{X4X2} & r_{X5X2} \\ & & 1 & r_{X4X3} & r_{X5X3} \\ & & & 1 & r_{X5X4} \end{bmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R1^{-1} = \begin{bmatrix} X1 & X2 & X3 & X4 & X5 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 & C1.5 \\ & C2.2 & C2.3 & C2.4 & C2.5 \\ & & C3.3 & C3.4 & C3.5 \\ & & & C4.4 & C4.5 \\ & & & & C5.5 \end{bmatrix}$$

3. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{ZX1} \\ \rho_{ZX2} \\ \rho_{ZX3} \\ \rho_{ZX4} \\ \rho_{ZX5} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} X1 & X2 & X3 & X4 & X5 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 & C1.5 \\ & C2.2 & C2.3 & C2.4 & C2.5 \\ & & C3.3 & C3.4 & C3.5 \\ & & & C4.4 & C4.5 \\ & & & & C5.5 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{ZX1} \\ r_{ZX2} \\ r_{ZX3} \\ r_{ZX4} \\ r_{ZX5} \end{bmatrix}$$

4. Hitung R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terhadap Z dengan menggunakan rumus:

$$R^2Z (X_1, \dots, X_5) = [\rho_{ZX_1}, \dots, (\rho_{ZX_5}) \begin{matrix} r_{ZX_1} \\ \dots \\ r_{ZX_5} \end{matrix}]$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

Pengaruh (X_1) terhadap Z

Pengaruh langsung	= $\rho_{ZX_1} \cdot \rho_{ZX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_2} \cdot \rho_{ZX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_3} \cdot \rho_{ZX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_4} \cdot \rho_{ZX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $\frac{\rho_{ZX_1} \cdot r_{X_1.X_5} \cdot \rho_{ZX_5}}{\dots} +$
Pengaruh total (X_1) terhadap Z	= \dots

Pengaruh (X_2) terhadap Z

Pengaruh langsung	= $\rho_{ZX_2} \cdot \rho_{ZX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_1} \cdot \rho_{ZX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_3} \cdot \rho_{ZX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_4} \cdot \rho_{ZX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $\frac{\rho_{ZX_2} \cdot r_{X_2.X_5} \cdot \rho_{ZX_5}}{\dots} +$
Pengaruh total (X_2) terhadap Z	= \dots

Pengaruh (X_3) terhadap Z

Pengaruh langsung	= $\rho_{ZX_3} \cdot \rho_{ZX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $\rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3.X_1} \cdot \rho_{ZX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3.X_2} \cdot \rho_{ZX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_4)	= $\rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3.X_4} \cdot \rho_{ZX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $\frac{\rho_{ZX_3} \cdot r_{X_3.X_5} \cdot \rho_{ZX_5}}{\dots} +$
Pengaruh total (X_3) terhadap Z	= \dots

Pengaruh (X_4) terhadap Z

Pengaruh langsung	= $\rho_{ZX_4} \cdot \rho_{ZX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $\rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4.X_1} \cdot \rho_{ZX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4.X_2} \cdot \rho_{ZX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_3)	= $\rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4.X_3} \cdot \rho_{ZX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_5)	= $\frac{\rho_{ZX_4} \cdot r_{X_4.X_5} \cdot \rho_{ZX_5}}{\dots} +$
Pengaruh total (X_4) terhadap Z	= \dots

Pengaruh (X₅) terhadap Z

Pengaruh langsung	=	$\rho_{ZX_5} \cdot \rho_{ZX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	=	$\rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_1} \cdot \rho_{ZX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	=	$\rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_2} \cdot \rho_{ZX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	=	$\rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_3} \cdot \rho_{ZX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₄)	=	$\rho_{ZX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_4} \cdot \rho_{ZX_4}$ +
Pengaruh total (X₅) terhadap Z	=

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

$$\rho_{z\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Z(x_1, x_2, \dots, x_6)}}$$

7. Keputusan penerimaan atau perolehan Ho

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{ZX_1} = \rho_{ZX_2} = \rho_{ZX_3} = \rho_{ZX_4} = \rho_{ZX_5} = \rho_{ZX_6} = 0$$

H_a: Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{zxi} \neq 0, i = 1, 2, 3, 4, 5, \text{ dan } 6.$

8. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{\sum_{zXi}^{(n-k-i)} \rho_{zXi} \rho}{\sum_{zXi}^{(n-k-i)} \rho_{zXi} \rho}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedector*, apabila Fhitung ≥ Ftabel, maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

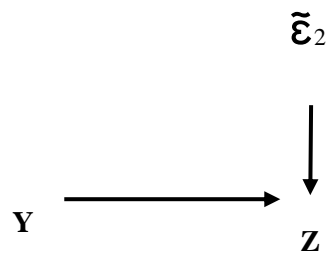
$$t = \frac{\rho_{zXi} - \rho_{zXj}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{Y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - K - 1)}}$$

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

Hipotesis 3:

Hipotesis 3 yang diajukan adalah terdapat pengaruh Identitas Kabupaten Garut (Y) terhadap Keputusan Berkunjung (Z). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Hipotesis digambarkan sebagai berikut:



GAMBAR 3.5
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL HIPOTESIS 3

Keterangan:

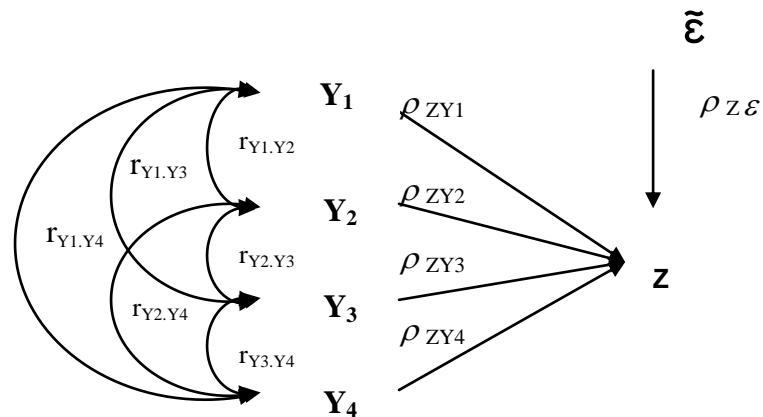
X : Identitas Kabupaten Garut

Z : Keputusan Berkunjung

$\tilde{\epsilon}_3$: Epsilon 2

Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.6

a. Hipotesis digambarkan sebagai berikut:



GAMBAR 3.6
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 3

Keterangan:

- Y_1 = Sub Variabel *brand as product*
 Y_2 = Sub Variabel *brand as organization*
 Y_3 = Sub Variabel *brand as person*
 Y_4 = Sub Variabel *brand as symbol*
 Z = Variabel Keputusan berkunjung
 \rightarrow = Hubungan Kausalitas
 \leftrightarrow = Hubungan Korelasional
 ε = Residu (variabel lain di luar variabel X yang berpengaruh) ke variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

1. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{bmatrix} Y1_1 & Y1_2 & Y1_3 & Y1_4 \\ 1 & rY2Y1 & rY3Y1 & rY4Y1 \\ & 1 & rY3Y2 & rY4Y2 \\ & & 1 & rY4Y3 \\ & & & 1 \end{bmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R1^{-1} = \begin{bmatrix} Y1 & Y2 & Y3 & Y4 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 \\ & C2.2 & C2.3 & C2.4 \\ & & C3.3 & C3.4 \\ & & & C4.4 \end{bmatrix}$$

3. Menghitung semua Koefisien Jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho zy_1 \\ \rho zy_2 \\ \rho zy_3 \\ \rho zy_4 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} Y_1 & Y_2 & Y_3 & Y_4 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} rzy_1 \\ rzy_2 \\ rzy_3 \\ rzy_4 \end{bmatrix}$$

4. Hitung R²Y (Y1, Y2, Y3, Y4) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi

total Y1, Y2, Y3, Y4 terhadap Z dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (Y_1, \dots, Y_4) = [\rho zy_1, \dots, (\rho zy_4) \begin{bmatrix} rzy_1 \\ \dots \\ Rzy_4 \end{bmatrix}$$

5. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

Pengaruh (Y₁) terhadap Z

Pengaruh langsung	=	$\rho zy_1 \cdot \rho zy_1$
Pengaruh tidak langsung melalui (Y ₂)	=	$\rho zy_1 \cdot rY_1.Y_2 \cdot \rho zy_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (Y ₃)	=	$\rho zy_1 \cdot rY_1.Y_3 \cdot \rho zy_3$
Pengaruh tidak langsung melalui (Y ₄)	=	$\rho zy_1 \cdot rY_1.Y_4 \cdot \rho zy_4$
Pengaruh total (Y₁) terhadap Z	=

Pengaruh (Y₂) terhadap Z

Pengaruh langsung	=	$\rho zy_2 \cdot \rho zy_2$
Pengaruh tidak langsung melalui (Y ₁)	=	$\rho zy_2 \cdot rY_2.Y_1 \cdot \rho zy_1$
Pengaruh tidak langsung melalui (Y ₃)	=	$\rho zy_2 \cdot rY_2.Y_3 \cdot \rho zy_3$
Pengaruh tidak langsung melalui (Y ₄)	=	$\rho zy_2 \cdot rY_2.Y_4 \cdot \rho zy_4$
Pengaruh total (Y₂) terhadap Z	=

Pengaruh (Y₃) terhadap Z

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= \rho_{zy_3} \cdot \rho_{zy_3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (Y}_1\text{)} &= \rho_{zy_3} \cdot r_{Y_3 \cdot Y_1} \cdot \rho_{zy_1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (Y}_2\text{)} &= \rho_{zy_3} \cdot r_{Y_3 \cdot Y_2} \cdot \rho_{zy_2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (Y}_4\text{)} &= \rho_{zy_3} \cdot r_{Y_3 \cdot Y_4} \cdot \rho_{zy_4} \\
\text{Pengaruh total (Y}_3\text{) terhadap Z} &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

Pengaruh (Y₄) terhadap Z

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= \rho_{zy_4} \cdot \rho_{zy_4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (Y}_1\text{)} &= \rho_{zy_4} \cdot r_{Y_4 \cdot Y_1} \cdot \rho_{zy_1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (Y}_2\text{)} &= \rho_{zy_4} \cdot r_{Y_4 \cdot Y_2} \cdot \rho_{zy_2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (Y}_3\text{)} &= \rho_{zy_4} \cdot r_{Y_4 \cdot Y_3} \cdot \rho_{zy_3} \\
\text{Pengaruh total (Y}_4\text{) terhadap Z} &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

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

$$\rho_{Z\varepsilon 1} = \sqrt{1 - R^2_{Z(y_1, y_2, \dots, y_6)}}$$

7. Keputusan penerimaan atau perolehan Ho

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{zy_1} = \rho_{zy_2} = \rho_{zy_3} = \rho_{zy_4} = \rho_{zy_5} = \rho_{zy_6} = 0$$

H_a: Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{zy_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3, 4, 5$, dan 6.

8. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{\sum_{i=1}^k (n-k-i) \rho_{zy_i} \rho_{zy_i}}{\sum_{i=1}^k (n-k-i) \rho_{zy_i} \rho_{zy_i}}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedector*, apabila Fhitung \geq Ftabel, maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{\rho_{zyi} - \rho_{zyj}}{\sqrt{\frac{(1-R^2 Z_{(Y1,Y2,Y3,Y4,Y5,Y6)})(C_{ii}+C_{ij}+C_{jj})}{(n-K-1)}}$$

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

3.3.4 Rancangan Pengujian Hipotesis

Analisis data yang terakhir ialah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan. Adapun rumus yang digunakan adalah uji signifikansi korelasi. Untuk mengetahui apakah penilaian yang dilakukan akan menerima atau menolak hipotesis, maka digunakan uji t (uji distribusi student's t), yang dinyatakan dengan rumus :

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

(Sidney Siegel, 2008 : 263)

Keterangan :

t = Nilai t

r = Koefisien Korelasi Rank Spearman

N = Banyaknya Sampel

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,01 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Co-Creation Experiences* yang terdiri dari variasi, desain, kelengkapan, sensasi

dan merek terhadap Identitas Kabupaten Garut serta implikasi pada Keputusan Berkunjung yang terdiri dari daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan, sumber layanan.

2. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Co-Creation Experiences* yang terdiri dari variasi, desain, kelengkapan, sensasi dan merek terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan nusantara.
3. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Co-Creation Experiences* yang terdiri dari variasi, desain, kelengkapan, sensasi dan merek, terhadap Keputusan Berkunjung yang terdiri dari daerah tujuan, moda perjalanan, waktu dan biaya, pengatur perjalanan, sumber layanan.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel X, Y variabel Z maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi yang disajikan pada Tabel 3.11 berikut ini :

TABEL 3.11
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN
KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:245)

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana *Co-Creation Experiences* terhadap Identitas Kabupaten Garut serta implikasinya pada Keputusan Berkunjung digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin

mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.12 sebagai berikut.

TABEL 3.12
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN
INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-10.00%	Sangat tidak baik
10%-20.00%	Tidak baik
20%-30.00%	Agak tidak baik
30%-40.00%	Sedang
50%-60.00%	Agak baik
60%-70.00%	baik
70%-100%	Sangat baik

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:245)