

BAB 3

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai *Museum Experience* serta pengaruhnya terhadap *behavioral intention* Museum Gedung Sate Bandung dengan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan Variabel Y. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi *independent variable* dan *dependent variable*. *independent variable* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *dependent variable* (terikat) Sugiyono (2016:39). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah *museum experience*. Sementara *dependent variable* ini adalah *behavioral intention* yang menjadi variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (2016:39), *dependent variable*/ variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Pada *museum experience* (variabel X) seperti *edutainment*, *comfort*, *atmosphere* dan *austhetic*. Sementara pada *behavioral intention* (variabel Y) terdiri dari *willingnes to recommended* dan *revisit intention*

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Metode Penelitian yang digunakan

Metode dan penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan tujuan penelitian dan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:53) Penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain)”.

Sugiyono (2016:21) juga mengartikan “penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis mengenai pengumpulan data di lapangan untuk mengetahui pengaruh *behavioral intention* di Museum Gedung Sate Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey* yaitu penelitian yang berfokus mempelajari situasi atau masalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel. Menurut (Sekaran, 2013) metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun populasi kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian yang relatif dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis. Berdasarkan penelitian tersebut, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empiric dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian perlu adanya penjabaran melalui operasional variabel agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis. Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu *Museum Experience* (X) yang memiliki beberapa dimensi menurut (Mujde Bideci & Tahir Albayrak, 2018) dapat di analisa dengan menggunakan *Edutainment, comfort, atmosphere dan aesthentic*. Variabel lainnya yang diteliti adalah *behavioral intention* (Y). Secara rinci dapat dilihat dari Tabel 3.1 Oprasionalisasi Variabel berikut.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|------------------------------|--|--|---|--|---------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Museum Experience (X) | <i>Museum Experience</i> berasal dari adanya interaksi antara pengunjung yang terdiri dari pribadi, sosial budaya, dan lingkungan fisik <i>museum</i> (Hence, Falk and Dierking, 2018) | | | | | |
| | Edutainment (X1) | Faktor pendidikan dan hiburan yang digabungkan menjadi satu faktor, aktivitas yang dapat memberikan informasi baru dan melatih keingintahuan serta mendapatkan hasil temuan tetapi | Mendapatkan informasi baru. | Tingkat perolehan informasi baru mengenai museum | Ordinal | 1 |
| | | didapat dengan cara yang playful and diversionary activity seperti berkeliling melihat bentuk seni, membaca untuk konteks dan art baru serta mencoba alat praga interaktif. | Melatih keingintahuan dan meraskan hasil penemuan | Tingkat kemampuan koleksi untuk melatih keingintahuan dan merasakan hasil penemuan yang ada dimuseum | Ordinal | 2 |
| | | | Pembelajaran dengan alat peraga interaktif. | Tingkat pembelajaran yang diperoleh dari alat peraga mengenai museum | Ordinal | 3 |

| | | | | | |
|------------------------|--|--|--|---------|----------|
| Comfort (X2) | Faktor yang mempengaruhi tingkat kenyamanan selama dimuseum | Kesenangan akan kebebasn | Tingkat Kesenangan saat mengunjungi museum secara bebas | Ordinal | 4 |
| | | Aktivitas yang dapat menyegarkan jiwa dan raga | Tingkat kesegaran kembali jiwa dan raga yang didapatkan dari kegiatan di museum (seperti berkeli, bermain dan berbelanja cinderamata) | | 5 |
| | | keamanan di Museum | Tingkat keamanan selama di <i>museum</i> . | Ordinal | 6 |
| Atmosphere (X3) | Terkait pada kualitas suasana yang di rasakan oleh pengunjung | Tata cahaya <i>museum</i> | Tingkat kenyamanan tata cahaya di museum | Ordinal | 7 |
| | | Tingkat Kebersihan di Museum | Tingkat Kebersihan di Museum | Ordinal | 8 |
| Aesthetic (X4) | Terkait pada kualitas pegalaman yang melekat dengan pengalaman itu | Keindahan di museum | Tingkat kemenarikan arsiitektur saat | Ordinal | 9 |

| | | | | | | |
|--------------------------|--|---|------------------------------------|--|---------|----------|
| | | sendiri yang dirsepon sensor terhadap warna, bentuk, tekstur yang ditimbulkan dari objek alam, buatan, atau event berfokus pada keindahan objek dibandingkan fungsinya. | Tingkat Partisipasi | mengunjungi museum Tingkat kesediaan pengunjung untuk terlibat dalam kegiatan pameran, pemutaran film, seminar dan perlombaan (apabila diselenggarakan oleh museum) | Ordinal | 10 |
| Behavioral Intention (Y) | Menyatakan <i>Behavioral intention</i> terdiri dari 2 konteks yaitu <i>Willingnes Recommended And ,revisit intention</i> (Wu, Li & Li 2018). | | | | | |
| | Revisit Intention | <i>Revisit Intention</i> Kesediaan pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata ketempat destinasi yang sama. | Berkunjung kembali. | Tingkat kesediaan untuk mengujungi kembali. Tingkat kesediaan untuk mempertimbangkan sebagai pilihan utama. | Ordinal | 11 12 |
| | Willingnes Recommended | <i>Willingnes Recommended</i> Yaitu keinginan untuk merekomendasikan | Merekomendasikan untuk berkunjung. | Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada orang lain. | Ordinal | 13 |

| | | | |
|--|--|---------|----|
| | Tingkat kesediaan untuk mengajak teman atau keluarga. | Ordinal | 14 |
|--|--|---------|----|

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Sumber data merupakan gejala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumber data yang ada, maka jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sebuah penelitian tentu perlu didukung dengan data. Data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Sekaran & Bougie, 2015), data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-Sumber yang sudah ada. Peneliti menjabarkan secara rinci mengenai data, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini pada Tabel 3.2 jenis dan sumber data penelitian.

Mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3. 2
Jenis Dan Sumber Data

| No | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|----|---|------------|---|
| 1 | Data pengunjung di Museum Gedung Sate Bandung | Sekunder | Pengelola Museum Gedung Sate |
| 2 | Tanggapan pengunjung mengenai <i>Museum Experience</i> di Museum Gedung Sate Bandung | Primer | Penyebaran kuesioner pada pengunjung Museum Gedung Sate Bandung |
| 3 | Tanggapan pengunjung mengenai <i>behavioral intention</i> di Museum Gedung Sate Bandung | Primer | Penyebaran kuesioner pada pengunjung Museum Gedung Sate Bandung |

Sumber: Hasil pengolahan data 2020.

3.2.4 Populasi, Sampel, Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Penelitian dilakukan melalui pengumpulan dan penganalisaan data. Langkah utama yang harus dilakukan adalah penentuan suatu populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi menurut Sugiyono (2016:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan dipelajari untuk ditarik kesimpulan. Berdasarkan penjelasan di atas,

Puji Pratiwi, 2020

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION

(SURVEI PADA PENGUNJUNG MUESUM GEDUNH SATE BANDUNG NON-ROMBONGAN)

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

maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang mengetahui Museum Gedung Sate Bandung pada tahun 2019 pada periode Januari-Juni yaitu sebanyak 13.752

3.2.4.2 Sampel

Untuk mengetahui dan mengambil sampel yang representatif mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiono, 2014). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini akan menggunakan rumus slovin menentukan ukuran sampel dapat ditentukan dengan menggunakan teknik slovin berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai presisi = 7.02% = 0,702

Adapun Perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

N = 13.752

e = Nilai presisi = 7.02% = 0,0702

$$n = \frac{13.752}{1 + 13.752 \times 0.0702^2}$$

$$n = \frac{13.752}{68.77040608}$$

n = 199.969, dibulatkan menjadi n=200

Berdasarkan perhitungan penentuan sampel menggunakan rumus slovin sampling dengan tingkat signifikansi 7.2% jumlah sampel yang dihasilkan adalah sebanyak 200 sampel.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik sampling adalah suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel akan ada kemungkinan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi. Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi peneliti untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut terhadap elemen populasi (Uma Sekaran, 2016).

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah teknik systematic random sampling. Sistematis sampling acak (systematic random sampling) adalah cara pengambilan sampel

dimana hanya unsur pertama yang dipilih secara acak, sedangkan unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi
2. Menentukan sebuah check point pada objek yang diteliti
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling
4. Melaksanakan orientasi lapangan secara cermat, terutama pada check point. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pengunjung
5. Uji coba angket kepada responden

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono,2012). Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu:

1. Observasi merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau interaksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti khususnya *Museum Experience* di Museum Gedung Sate Bandung.
2. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu responden yang pengunjung Museum Gedung Sate Bandung.
3. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, tanggapan responden mengenai pengaruh *museum experience* terhadap *behavioral intention* di Museum Gedung Sate Bandung. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.

4. Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yaitu *museum experience* dan *behavioral intention*.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2016:177), validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Naniek Afrilla (2019:124) Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu, membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan

Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *Museum Experience* yang terdiri dari seperti *edutainment*, *comfort*, *atmosphere* dan *austhetic* sebagai variabel X; dan *behavioral intention* yang terdiri dari *revisit intention* dan *willingnes recommended* sebagai variabel Y. Metode pembayaran Perhitungan uji validitas instrumen dilakukan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows*.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi 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} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Hasil pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS 20.0 for windows yang menunjukkan bahwa item-item pertanyaan variable *brand awareness* dalam kuesioner valid karena skor rhitung lebih besar dibandingkan dengan rtotal yang bernilai 0,361 dalam Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *museum experience*.

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas Museum Experience

| No | Pernyataan | rhitung | rtabel | Ket |
|--------------------|--|---------|--------|-------|
| <i>Edutainment</i> | | | | |
| 1 | Tingkat perolehan informasi baru mengenai museum Gedung Sate Bandung | 0,864 | 0,361 | Valid |
| 2 | Tingkat kemampuan koleksi untuk melatih keingin tahuan dan merasakan | 0,927 | 0,361 | Valid |

Puji Pratiwi, 2020

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION

(SURVEI PADA PENGUNJUNG MUESUM GEDUNH SATE BANDUNG NON-ROMBONGAN)

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

| | | | | |
|--------------------------|--|-------|-------|-------|
| | hasil penemun yang ada dimuseum Gedung Sate Bandung | | | |
| 3 | Tingkat pembelajaran yang diperoleh dari alat peraga mengenai museum Gedung Sate Bandung | 0,866 | 0,361 | Valid |
| <i>Comfort</i> | | | | |
| 4 | Tingkat Kesenangan saat mengunjungi museum secara bebas | 0,853 | 0,361 | Valid |
| 5 | Tingkat kesegaran kembali jiwa dan raga yang didapatkan dari kegiatan di museum (seperti berkeliling, bermain dan berbelanja cinderamata) | 0,781 | 0,361 | Valid |
| 6 | Tingkat keamanan selama di Museum Gedung Sate | 0,819 | 0,361 | Valid |
| <i>Atmosphere</i> | | | | |
| 7 | Tingkat kenyamanan tata cahaya <i>museum</i> | 0,909 | 0,361 | Valid |
| 8 | Tingkat Kebersihan di Museum | 0,850 | 0,361 | Valid |
| <i>Aesthetic</i> | | | | |
| 9 | Tingkat kemenarikan arsitektur saat mengunjungi museum | 0,832 | 0,361 | Valid |
| 10 | Tingkat kesediaan pengunjung untuk terlibat dalam kegiatan pameran, pemutaran film, seminar dan perlombaan (apabila diselenggarakan oleh museum) | 0,838 | 0,361 | Valid |

Sumber: Uji Pengolahan Data, 2020 (Menggunakan SPSS 20.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *museum experience* menunjukkan bahwa pada instrument variable *museum experience*, diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Edutainment* dengan pernyataan Tingkat kemampuan koleksi untuk melatih keingin tahuan dan merasakan hasil penemun yang ada dimuseum Gedung Sate Bandung sebesar 0,927. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *comfort* dengan pernyataan Tingkat kesegaran kembali jiwa dan raga yang didapatkan dari kegiatan di museum (seperti berkeliling, bermain dan berbelanja cinderamata) sebesar 0,781.

Hasil uji coba penelitian untuk variable *museum experience* berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrument yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 for Windows, menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner valid karena skor rhitung lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang valid yaitu 0,361.

Selanjutnya hasil uji coba penelitian untuk variable behavioral intention berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrument yang dilakukan dengan pernyataan dalam kuesioner

valid, karena r hitung lebih besar jika dibandingkan dengan skor r tabel yang valid sebesar 0,361. Berikut ini Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas variable keputusan pembelian:

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

| No | Pernyataan | r hitung | r tabel | Ket |
|--------------------------------------|---|----------|---------|-------|
| <i>Revisit Intention</i> | | | | |
| 1 | Tingkat kesediaan untuk mengunjungi kembali. | 0,776 | 0,361 | Valid |
| 2 | Tingkat kesediaan untuk mempertimbangkan sebagai pilihan utama. | 0,710 | 0,361 | Valid |
| <i>Willingnes Recommended</i> | | | | |
| 3 | Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada orang lain. | 0,887 | 0,361 | Valid |
| 4 | Tingkat kesediaan untuk mengajak teman atau keluarga. | 0,845 | 0,361 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020 (Menggunakan SPSS 20.0 for Windows)

Berdasarkan data Tabel 3.4 mengenai Hasil Uji Validitas behavioral intention dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *willingnes recommended* dengan pernyataan Tingkat kesediaan untuk memberikan kesan dan pesan positif pada orang lain dengan nilai 0,887. Sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *revisit intention* dengan pernyataan Tingkat kesediaan untuk mempertimbangkan sebagai pilihan utama dengan valid sebesar 0,710.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid dan dapat dipercaya (*reliable*). Sugiyono (2016:178) uji realibilitas juga diartikan sebagai alat pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten. Menurut Naniek Afrilla (2019:124) realibilitas adalah dapat dipercayainya alat ukur tersebut atau bias dikatakan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (2019:124). Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliable.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_1) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliable.

Pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Product for Service Solution) versi 20 for Windows*.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan *SPSS Statistics 20* dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C\alpha$ hitung $\geq C\alpha$ minimal dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena $C\alpha$ hitung $\geq 0,700$.

Tabel 3. 5
Hasil Pengujian Reliabilitas

| No | Variabel | Cohitung | Ket |
|----|-----------------------------|----------|----------|
| 1 | <i>Museum Experience</i> | 0,863 | Reliabel |
| 2 | <i>Behavioral Intention</i> | 0,717 | Reliabel |

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020 (Menggunakan SPSS 20.0 for Windows)

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel yang memiliki nilai lebih besar adalah *museum experience* dengan Cohitung sebesar 0,863 dan variabel *Behavioral intention* dengan Cohitung sebesar 0,717. Dengan keterangan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena kedua angka tersebut bernilai lebih besar dari nilai Cominimal yaitu 0,70.

3.3 Teknik Analisis

3.3.1 Analisis data Verifikatif

Verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis secara statistik yang menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. Menyusun data
2. Kegiatan menyeleksi data ditujukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden
3. Tabulasi data
 - a. Memberikan skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun rangking pada setiap item
 - d. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisa data proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar dapat ditarik kesimpulan.
5. Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah melalui metode verifikatif, dengan dilakukan analisis regresi linier sederhana. Data yang dihasilkan dari penelitian ini

Puji Pratiwi, 2020

**PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION
(SURVEI PADA PENGUNJUNG MUESUM GEDUNH SATE BANDUNG NON-ROMBONGAN)**

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

merupakan data ordinal yang harus ditransformasi kedalam bentuk data interval agar dapat diproses. Hal ini dapat dilakukan dengan *Method of Succesive Interval (MSI)*.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditemukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan keempat variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel tersebut.

2. Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan kasual secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3 , dan X_4) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Variabel yang dianalisis adalah variabel independen $X_1 = \text{attractions}$, $X_2 = \text{comfort}$, $X_3 = \text{atmosphere}$, dan $X_4 = \text{aesthetic}$. Sedangkan variabel dependen yaitu *behavioral intention* (Y). Langkah-langkah dalam menghitung analisis regresi berganda dengan menentukan model persamaan regresi berganda. Persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

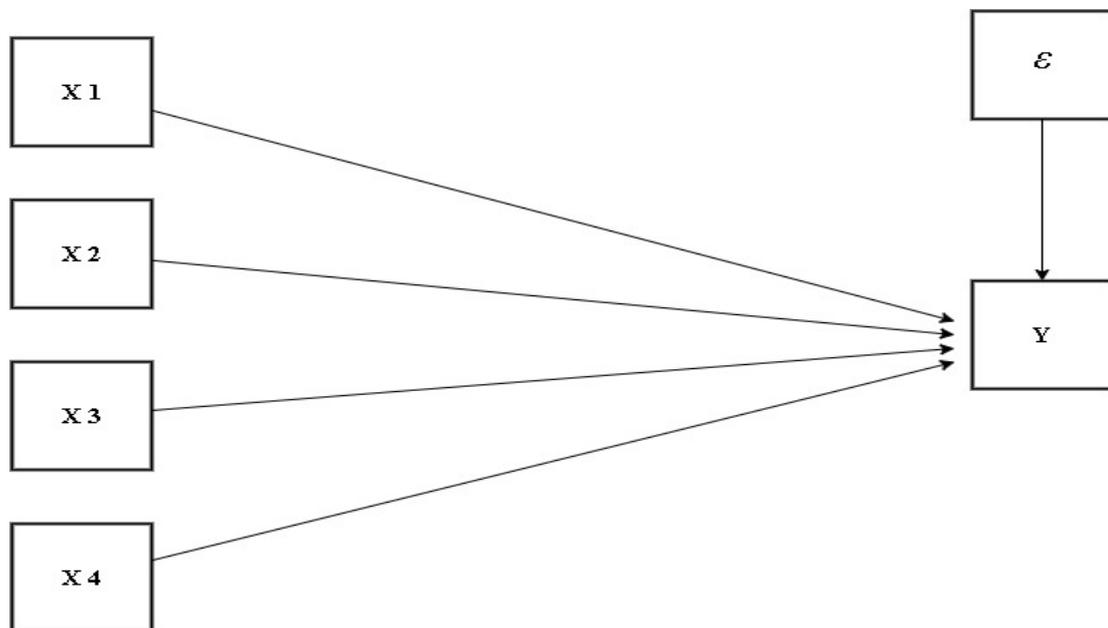
Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (keputusan berkunjung)

a = harga Y bila $X = 0$

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila $b (+)$ maka terjadi kenaikan, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

X_1 (*edutainment*), X_2 (*comfort*), X_3 (*atmosphere*), X_4 (*aesthetic*), adalah variabel penyebab.



Gambar 3. 1
Regresi Linier Berganda

Keterangan:

X_1 = *edutainment*

X_2 = *comfort*

X_3 = *atmosphere*

X_4 = *aesthetic*

Y = *behavioral intention*

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

1) Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2) Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan

Puji Pratiwi, 2020

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION

(SURVEI PADA PENGUNJUNG MUESUM GEDUNH SATE BANDUNG NON-ROMBONGAN)

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

tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

3) Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

4) Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi 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 | Sedang |
| 0,600 – 0,799 | Kuat |
| 0,800 – 1,000 | Sangat Kuat |

3.3.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan tahap terakhir yang dari analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang akan menentukan akhir dan dapat disimpulkan hasil antara H_0 ditolak atau H_0 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut produk pariwisata (X) terhadap keputusan berkunjung (Y).

Analisis digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh *independent* variabel (X) yaitu *museum experience* yang terdiri dari *edutainment comfort atmosphere* dan *aesthetic* terhadap *dependent* variabel (Y) yaitu *behavioral intention*. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus (Sudjana, 2015)

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

Keterangan:

R = Nilai korelasi

k = Jumlah variable independen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

- 1) Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara *museum experience* yang terdiri dari *edutainment comfort atmosphere* dan *aesthetic* terhadap *behavioral intention*.
- 2) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara *museum experience* yang terdiri dari *edutainment comfort atmosphere* dan *aesthetic* terhadap *behavioral intention*.

2. Secara Parsial

Pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus (Sudjana, 2015) sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = Jumlah responden

r^2 = Besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut:

1. $t_{1hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *edutainment* terhadap *behavioral intention*.
Sebaliknya, $t_{1hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara antara *edutainment* terhadap *behavioral intention*.
2. $t_{2hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *comfort* terhadap *behavioral intention*

Sebaliknya, $t_{2\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *comfort* terhadap keputusan berkunjung

3. $t_{3\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *atmosphere* terhadap *behavioral intention*

Sebaliknya, $t_{3\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *atmosphere* terhadap *behavioral intention*

4. $t_{4\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic* terhadap *behavioral intention*

Sebaliknya, $t_{4\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic* terhadap *behavioral intention*