



BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai upaya meningkatkan keputusan berkunjung di Kampung Batu Malakasari melalui paket wisata *outbound*. Menurut Sugiono (2010:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun yang menjadi variabel bebas yaitu *packaging* (X) yang memiliki enam buah dimensi yaitu *include attractions or demand generators* (X_{1.1}), *provide value to the customer* (X_{1.2}), *offer consistent quality and compability among elements* (X_{1.3}), *be well planned and coordinated* (X_{1.4}), *provide distinctive customer benefit* (X_{1.5}), dan *covers all the details* (X_{1.6}). Sedangkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat yang memiliki indikator pemilihan produk atau jasa, jumlah pembelian, persyaratan dan waktu pembelian, persyaratan pelayanan, dan metode pembayaran. Responden dalam penelitian ini adalah instansi sekolah yang yang telah menggunakan paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah tanggapan pengunjung di Kampung Batu Malaksari mengenai *packaging* terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sedangkan yang menjadi unit analisis (responden) dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menggunakan paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari.

Penelitian ini akan dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang akan digunakan adalah *cross sectional methode*. Sugiyono (2011:7) mengemukakan bahwa *cross sectional method* adalah “metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. Berdasarkan objek penelitian tersebut, penelitian ini akan menganalisis mengenai pengaruh *outbound package* yang ditawarkan Kampung Batu Malakasari terhadap proses keputusan pembelian wisatawan.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodologi yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut sugiyono (2011:53) 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”. Melalui penelitian deskriptif, maka dapat diperoleh deskripsi gambaran mengenai *packaging* dan keputusan pembelian paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari. Sedangkan verifikatif menurut Sugiyono (2011:54), adalah “penelitian yang membandingkan keberadaan salah satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”. Penelitian verifikatif bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, dalam penelitian ini akan di uji mengenai

and coordinated ($X_{1.4}$), provide distinctive customer benefit ($X_{1.5}$), dan covers all the details ($X_{1.6}$). Sedangkan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Pengoprasian dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Packaging (X)	<i>Packaging is the combination of related and complementary services into a single-price offering.</i> Artinya: paket adalah kombinasi antara beberapa jasa yang saling melengkapi ke dalam satu harga penawaran (Morrison, 2010:392)					
	<i>Include Attractions or Demand-Generators (X_{1.1})</i>	Setiap paket wisata yang dibuat harus memiliki dua atau lebih atraksi wisata yang dikemas menarik untuk menciptakan permintaan dari wisatawan (Morrison, 2010:412)	<i>Core Attractions</i>	Tingkat kemenarikan <i>outbound</i> di Kampung Batu Malakasari	Ordinal	1
				Tingkat Kemenarikan rintangan <i>outbound</i>	Ordinal	2
			<i>Guide</i>	Tingkat keramahan pemandu <i>outbound</i>	Ordinal	3
				Tingkat kejelasan pemberian arahan yang diberikan oleh pemandu	Ordinal	4
			<i>Arrangements</i>	Tingkat kemenarikan susunan kegiatan dalam paket wisata <i>outbound</i>	Ordinal	5

packaging yang ditawarkan Kampung Batu Malakasari terhadap proses keputusan pembelian wisatawan.

3.2.1.2 Metodologi yang Digunakan

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *survey explanatory*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2010:75), yang dimaksud metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode yang digunakan adalah *cross section method*, menurut Uma Sekaran (2006:315) penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali yang dilakukan selama periode hari, minggu atau bulan untuk menjawab pertanyaan peneliti. Pada penelitian dengan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *packaging* (X) sebagai variabel bebas, yang memiliki enam buah dimensi yaitu *include attractions or demand generators* ($X_{1.1}$), *provide value to the customer* ($X_{1.2}$), *offer consistent quality and compability among elements* ($X_{1.3}$), *be well planned*

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>Provide Value to the Customer</i> (X _{1.2})	Pembelian paket wisata dilakukan karena mereka berasumsi akan menerima nilai yang lebih besar untuk setiap beban perjalanan yang dikeluarkan (Morrison, 2010:412)	<i>Greater Value</i>	Tingkat manfaat yang diterima dari <i>outbound</i> baik secara rasional maupun emosional	Ordinal	6
				Tingkat manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan pengerbonan yang dikeluarkan baik secara moneter ataupun non moneter	Ordinal	7
	<i>Offer Consistent Quality and Compability Among Elements</i> (X _{1.3})	Wisatawan melakukan pembelian paket <i>outbound</i> karena mengharapkan konsistensi dalam kualitas produk/jasa yang ditawarkan (Morrison, 2010:417)	<i>Consistent Quality</i>	Tingkat konsistensi kualitas pelayanan dari pemandu <i>outbound</i>	Ordinal	8
				<i>Compability in Their Elements</i>	Tingkat keamanan wahana <i>outbound</i>	Ordinal
			Tingkat kenyamanan wahana <i>outbound</i>		Ordinal	10
			Tingkat kebersihan area <i>outbound</i> (toilet, wahana, parkir, ruang pertemuan, dan kantin)		Ordinal	11
			Tingkat kualitas makanan dan minuman		Ordinal	12

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				Tingkat ketersediaan <i>rescue & 1st Aid Team</i>	Ordinal	13
				Tingkat ketersediaan jaminan keamanan dari asuransi <i>outbound</i>	Ordinal	14
	<i>Be Well Planned and Coordinated (X_{1.4})</i>		<i>Planning and Concept</i>	Tingkat kesesuaian konsep <i>outbound</i> dengan tema/tujuan kegiatan	Ordinal	15
			<i>Enjoyable Experience</i>	Tingkat koordinasi (antara pemandu dan peserta <i>outbound</i>) untuk menciptakan kesan yang menyenangkan	Ordinal	16
	<i>Provide Distinctive Customer Benefit (X_{1.5})</i>	Paket <i>outbound</i> yang ditawarkan harus memberikan manfaat seperti pemberdayaan fasilitas dan penciptaan pengalaman yang menyimpan kesan positif dan berbeda dari destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya (Morrison, 2010:418)	<i>Feature or Programs</i>	Tingkat kemenarikan keragaman paket <i>outbound</i>	Ordinal	17
				Tingkat ketersediaan perlengkapan <i>outbound</i> yang dibutuhkan wisatawan	Ordinal	18
			<i>A Unique and Convenient Way</i>	Tingkat kemenarikan cara penawaran paket <i>outbound</i>	Ordinal	19
				Tingkat kemudahan cara pemesanan paket <i>outbound</i>	Ordinal	20

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>Cover All the Details</i> (X _{1.6})	Penyusunan dalam pembuatan paket wisata <i>outbound</i> yang ditawarkan kepada wisatawan harus tersusun detail dari penggunaan awal sampai akhir dan memperhatikan kebijakan transaksi (Morrison, 2002:332)	<i>Clear Police Detail</i>	Tingkat kejelasan informasi mengenai kebijakan transaksi pembelian paket <i>outbound</i> (<i>booking procedure, cancellation, refund, MOU, dll</i>)	Ordinal	21
			<i>Providing Complete Information on All Package Elements</i>	Tingkat kesesuaian wahana dan pemandu untuk memenuhi kebutuhan peserta <i>outbound</i>	Ordinal	22
				Tingkat keuntungan penawaran paket dalam <i>special rate</i> (potongan harga/diskon) pada hari-hari tertentu	Ordinal	23
Keputusan Pembelian (Y)	<p><i>The institutional market consist of school, hospital, prisons, and other institutional that provide goods and services to people in their care. These market are characterized by low budget and captive patrons.</i></p> <p>Artinya: Pasar kelembagaan, seperti sekolah, rumah sakit, penjara dan kelembagaan lainnya menyediakan baran dan jasa kepada orang-orang dalam perawatan mereka. Pasar ini ditandai dengan anggaran yang rendah dan pelanggan tetap.</p> <p>Kotler dan Armstrong (2011:183)</p>					
			Pilihan Produk/jasa	Tingkat Kualitas paket wisata <i>outbound</i> dibandingkan dengan destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya	Ordinal	24

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				Tingkat keunikan paket wisata <i>outbound</i> dibandingkan dengan destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya	Ordinal	25
				Daya tarik paket wisata <i>outbound</i> dibandingkan dengan destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya	Ordinal	26
			Jumlah Pembelian	Jumlah paket wisata <i>outbound</i> yang dibutuhkan wisatawan	Ordinal	27
				Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman berkunjung ke Kampung Batu Malakasari	Ordinal	28
			Persyaratan dan Waktu Pembelian	Waktu berkunjung pada saat libur sekolah/nasional	Ordinal	29
				Waktu berkunjung pada saat <i>weekend</i> /akhir pekan	Ordinal	30
				Waktu berkunjung pada saat <i>weekdays</i> /hari kerja	Ordinal	31
				Tingkat kemampuan Kampung Batu Malakasari terhadap pelayanan yang diinginkan	Ordinal	32

Variabel	Dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
			Metode pembayaran	Kemudahan pada saat melakukan pembayaran	Ordinal	33
				Tingkat fleksibilitas metode pembayaran yang ditawarkan	Ordinal	34

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh, apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013:224) berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target pasar sasaran perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini adalah

instansi pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet, perpustakaan maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

Berikut ini adalah data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka penulis mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Daya Tarik Wisata Kota/Kabupaten Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2013	Dinas Pariwisata Provisnsi Jawa Barat	Sekunder
2	Destinasi Wisata <i>Outbound</i> Di Kota/Kabupaten Bandung, Bandung Barat dan Kota Cimahi Pada Tahun 2013	Berbagai Sumber Pengolahan Data Penulis www.infobdg.com	Sekunder
3	Profil Kampung Batu Malakasari	Kampung Batu Malakasari	Sekunder
4	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kampung Batu Malakasari	Kampung Batu Malakasari	Sekunder
5	Strategi Pemasaran yang dilaksanakan oleh Kampung Batu Malaksari	Kampung Batu Malakasari	Sekunder
6	Tanggapan responden mengenai paket wisata <i>outbound</i> Kampung Batu Malakasari	Instansi Pendidikan Pengguna Paket Wisata <i>outbound</i> di Kampung Batu Malakasari	Primer

No	Data	Sumber Data	Jenis Data
7	Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian paket wisata <i>outbound</i>	Instansi Pendidikan Pengguna Paket Wisata <i>outbound</i> di Kampung Batu Malakasari	Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi berkaitan dengan kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat peneliti untuk diteliti. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Populasi yang menjadi sasaran penelitian, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, dalam penelitian ini adalah instansi pendidikan yang telah menggunakan paket *outbound* di Kampung Batu Malakasari. Tabel 3.3 jumlah jenis wisatawan yang berkunjung ke Kampung Batu Malakasari, sebagai berikut:

TABEL 3.3
JUMLAH INSTANSI PENDIDIKAN YANG TELAH MENGGUNAKAN
PAKET WISATA *OUTBOUND* DI KAMPUNG BATU MALAKASARI
TAHUN 2013

NO	TAHUN	INSTANSI PENGGUNA PAKET WISATA <i>OUTBOUND</i>
1	2013	116

Sumber: Kampung Batu Malakasari, 2014

Tabel 3.3 menunjukkan jumlah pengguna paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari, yang menjadi target pasar utama adalah wisatawan *study tour* yang merupakan penyumbang terbesar wisatawan yang menggunakan paket wisata *outbound* dibandingkan dengan jenis wisatawan lainnya, pengunjung yang tidak menggunakan paket *outbound* tidak dipertimbangkan. Maka jumlah populasi adalah sebanyak 116 instansi Pendidikan.

3.2.4.2 Sampel

Pada populasi tidak seluruh anggota populasi harus diukur, tetapi sebagian saja, oleh karena adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis serta keterbatasan dana dan waktu yang diperlukan seperti apa yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:81) pengertian “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penarikan sampel ditunjukkan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2009:78) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir adalah 10%

Perhitungan berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{116}{1 + 116 \times (0,1)^2} \\ &= \frac{116}{2,16} = 53,70 \approx 54 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil 53,70 dibulatkan menjadi 54, maka sampel dalam penelitian ini yang merupakan instansi pendidikan yang telah menggunakan paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari sebanyak 54 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2013:81), “teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian teknik sampling terdiri dari beberapa sampel yaitu teknik penarikan sampel probabilitas dan teknik penarikan sampel non-probabilitas.

Probabilitas *sampling*, meliputi *sampling* acak sederhana (*simple random sampling*), *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *systematic random sampling*, dan *sampling* bergugus (*cluster sampling*). Sedangkan non-probabilitas *sampling* meliputi *sampling sistematis*, *sampling quota*, *sampling incidental*, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2008:118).

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. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara. Wawancara sebagai teknik langsung dengan pihak Kampung Batu Malakasari untuk memperoleh data mengenai pengembangan *packaging* untuk menciptakan keputusan menggunakan paket wisata *outbound*.
2. Observasi. Observasi berupa pengamatan langsung terhadap objek penelitian khususnya mengenai strategi-strategi yang dilakukan, dan

pengaruhnya terhadap keputusan pembelian paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari.

3. Angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu instansi pendidikan yang menjadi sampel penelitian. Angket berisi pertanyaan mengenai pelaksanaan program *packaging*.
4. Studi literatur. Studi literatur merupakan usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti yang terdiri dari *packaging* dan keputusan menggunakan paket wisata *outbound*.

3.2.6 Pengujian Validitas serta Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Menurut Sugiyono (2013: 121), “validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.” Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstuk, yaitu yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara

skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistic, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Sumber: Sugiyono (2013:183))

Keterangan :

r	= Koefisien validitas item yang dicari
X	= Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
Y	= Skor total
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
$\sum Y^2$	= Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
n	= Banyaknya responden

Keputusan validitas responden 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 r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$).

Untuk mengadakan interpretasi mengenai koefisien korelasi menurut Sugiyono (2013:184) dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut.

TABEL 3.4
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

NO	BESARNYA NILAI	INTERPRETASI
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

Pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 10%. Rumus uji t yang digunakan sebagai:

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

(Husein Umar, 2009:132)

Nilai t dibandingkan dengan rumus harta t_{tabel} dengan $dk=n-2$, dan taraf signifikansi $\alpha=0,1$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka data tersebut valid.

Hasil uji validitas terdapat pada Tabel 3.5. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*, berikut langkah-langkahnya:

1. Masukkan data pada program SPSS
2. Klik *analyze* → Pilih *Corellate* → Pilih *Bivariates*
3. Pada Kotak *Bivariate Corerelates*:
 - a. Maskan semua data pada kotak variabels

b. Pilih *Corealtion Coefisients: Person*

c. Abaikan yang lain dan pilih OK

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X (PACKAGING)

NO	Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
<i>Include Attractions or Demand-Generators</i>				
1	Daya tarik <i>outbound</i> di Kampung Batu Malakasari	0,653	0,306	Valid
2	Daya tarik rintangan <i>outbound</i> di Kampung Batu Malakasari	0,345	0,306	Valid
3	Keramahan pemandu dalam memberikan arahan kepada peserta <i>outbound</i>	0,547	0,306	Valid
4	Kejelasan pemandu dalam memberikan arahan kepada peserta <i>outbound</i>	0,399	0,306	Valid
5	Daya tarik susunan kegiatan <i>outbound</i>	0,756	0,306	Valid
<i>Provide Value to The Customer</i>				
6	Kesesuaian manfaat yang diterima dari <i>outbound</i> baik secara rasional maupun emosional	0,601	0,306	Valid
7	Manfaat yang dirasakan dibandingkan dengan pengorbonan yang dikeluarkan baik secara moneter ataupun non moneter	0,674	0,306	Valid
<i>Offer Consistent Quality and Compability Among Elements</i>				
8	Konsistensi kualitas pelayanan dari pemandu <i>outbound</i>	0,741	0,306	Valid
9	Keamanan wahana <i>outbound</i>	0,796	0,306	Valid
10	Kenyamanan wahana <i>outbound</i>	0,676	0,306	Valid
11	Kebersihan area <i>outbound</i> (toilet, wahana, tempat parker, ruang pertemuan dan kantin)	0,502	0,306	Valid
12	Kualitas makanan dan minuman	0,606	0,306	Valid
13	Ketersediaan <i>rescue & 1st Aid Team</i>	0,829	0,306	Valid
14	Ketersediaan jaminan keamanan dari asuransi <i>outbound</i>	0,750	0,306	Valid
<i>Be Well Planeed and Coordinated</i>				
15	Kesesuaian konsep <i>outbound</i> dengan tema/tujuan kegiatan	0,841	0,306	Valid
16	Koordinasi antara pemandu dengan peserta <i>outbound</i> untuk menciptakan kesan yang menyenangkan	0,559	0,306	Valid
<i>Provide Distinctive Customer Benefit</i>				
17	keragaman paket <i>outbound</i>	0,776	0,306	Valid
18	Ketersediaan perlengkapan <i>outbound</i> yang dibutuhkan wisatawan	0,815	0,306	Valid
19	Kemenarikan cara penawaran paket <i>outbound</i>	0,764	0,306	Valid
20	Kemudahan cara pemesanan paket <i>outbound</i>	0,627	0,306	Valid
<i>Cover All the Details</i>				
21	Kejelasan informasi mengenai kebijakan transaksi	0,788	0,306	Valid

NO	Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
	pembelian paket <i>outbound</i> (<i>booking procedure, cancellation, refund, MOU, dll</i>)			
22	Kesesuaian wahana dan pemandu untuk memenuhi kebutuhan peserta <i>outbound</i>	0,652	0,306	Valid
23	Keuntungan penawaran paket dalam <i>special rate</i> (potongan harga/diskon) pada hari-hari tertentu	0,545	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan uji validitas, didapat hasil pengujian yang dicantumkan pada Tabel 3.5 dinyatakan bahwa seluruh pernyataan pada variabel *Packaging* dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian. Hasil pengujian validitas variabel y pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y
(KEPUTUSAN PEMBELIAN)

NO	Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
24	Tingkat kualitas paket wisata <i>outbound</i> dibandingkan dengan destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya	0,804	0,306	Valid
25	Keunikan paket wisata <i>outbound</i> dibandingkan dengan destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya	0,667	0,306	Valid
26	Daya tarik paket wisata <i>outbound</i> dibandingkan dengan destinasi wisata <i>outbound</i> lainnya	0,768	0,306	Valid
27	Jumlah paket wisata <i>outbound</i> yang dibutuhkan wisatawan	0,746	0,306	Valid
28	Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman berkunjung ke Kampung Batu Malakasari	0,545	0,306	Valid
29	Waktu berkunjung pada saat libur sekolah/nasional	0,434	0,306	Valid
30	Waktu berkunjung pada saat <i>weekend</i> /akhir pekan	0,405	0,306	Valid
31	Waktu berkunjung pada saat <i>weekdays</i> /hari kerja	0,706	0,306	Valid
32	Tingkat kemampuan Kampung Batu Malakasari dalam memberikan pelayanan yang diinginkan peserta	0,855	0,306	Valid
33	Kemudahan pada saat melakukan pembayaran	0,710	0,306	Valid
34	Tingkat fleksibilitas metode pembayaran yang ditawarkan	0,855	0,306	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan Tabel 3.5 dan 3.6 hasil pengujian validitas instrumen penelitian memperlihatkan bahwa semua butir pertanyaan valid (34 item) karena

skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} (0,306) pada derajat kebebasan ($df = n-2$), mengingat jumlah instrumen yang diuji validitas sebanyak 30 responden.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:121) “realibilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Dalam pandangan statistic suatu data dikatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar (2009:170)

Keterangan

r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_1^2 = Varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan seperti berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \left\{ \frac{\sum x^2}{n} \right\}}{n}$$

Sumber: Arikunto (2006:184)

Keterangan:

σ^2 = varians total
 Σx = jumlah skor
 n = jumlah responden

Keputusan pengujian reliable item instrument, adalah sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan reliable.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliable.

Pengujian realibilitas dapat menggunakan program SPSS 18 *for windows*.

Berikut langkah-langkahnya:

1. Masukan data pada program SPSS
2. Klik *Analyze* → Pilih *Scale* → Pilih *Reliability Analysis*
3. Pada Kotak *Reliability Analysis*:
 - a. Masukan semua item data (kecuali total) pada kotak variabel
 - b. Pilih model *reability* yang disesuaikan dengan rumus yang digunakan (pada kasus ini menggunakan model Alpha)
 - c. Klik *Statistic* pilih item, *Scale if item deleted* dan *correlations*
 - d. Abaikan yang lain dan pilih OK

Berikut hasil pengujian realibilitas dapat dilihat pada Tabel 3.7

TABEL 3.7
HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha Cronbach's)	r_{tabel}	Keterangan
1	Packaging	0,756	0,700	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,763	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan valid, maka 2 (dua) variabel yang diuji cukup reliabel dengan r_{hitung} (*Alpha Cronbach's*) di atas 0,700.

3.3 Rancangan Analisis Data

Teknis analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruhnya koresponden terkumpul.

3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisa kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor

penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan metode kombinasi analisis tersebut diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai kinerja *packaging* yang ditawarkan pada wisatawan yang telah menggunakan paket wisata *outbound* di di Kampung Batu Malakasari.
2. Analisis deskriptif mengenai pengaruh kinerja *packaging* pada wisatawan di Kampung Batu Malakasari terhadap keputusan menggunakan paket wisata *outbound*.

3.3.2 Pengujian Hipotesis

Analisis verifikatif, bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel X yaitu *packaging* dan variabel Y adalah keputusan menggunakan paket wisata *outbound*, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh *packaging* terhadap keputusan menggunakan paket wisata *outbound*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi, langkah-langkah dalam teknik analisis data sebagai berikut:

1. *Method of successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang

terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

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

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

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independent dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Regresi Linear Berganda (*multile linear regression*)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi berganda adalah

suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Menurut Iqbal Hasan (2009:74), regresi linear berganda “adalah regresi linear dimana sebuah variabel yang terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel X)”. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel terikat (keputusan pembelian) dan variabel bebas (*packaging*) yang memiliki dimensi *include attractions or demand generators, provide value to the customer, offer consistent quality and compability among elements, be well planned and coordinated, provide distinctive customer benefit, dan covers all the details.*

Menurut Suliyanto (2005:62), “analisis regresi (*regresion analysis*) merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”. Persamaan regresi adalah suatu persamaan matematis yang mendefinisikan hubungan antara dua variabel.

Persamaan regresi yang digunakan untuk membuat taksiran mengenai variabel dependen disebut persamaan regresi estimasi, yaitu suatu formula matematis yang menunjukkan hubungan keterkaitan antara satu atau beberapa variabel yang nilainya sudah diketahui dengan satu variabel yang nilainya belum diketahui. Bentuk persamaanya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (keputusan pembelian)

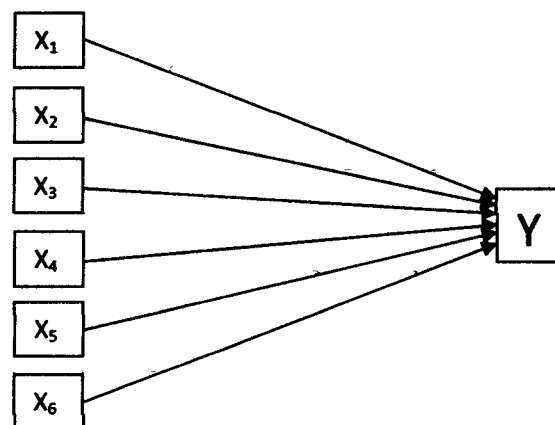
a = Harga Y bila $X = 0$

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5,$ dan X_6 = variabel penyebab. $X_1 = include attractions or demand generators, X_2 = provide value to the customer, X_3 = offer consistent quality and compability among elements, X_4 = be well planned and coordinated, X_5 = provide distinctive customer benefit,$ dan $X_6 = covers all the details.$

Menurut Sugiyono (2013:153) analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai independen dinaikan atau diturunkan nilainya (dimanipulasi).

Dalam analisis regresi berganda variabel independen berjumlah minimal dua tau lebih yang man variabel independen tersebut diterjemahkan kedalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh subvariabel independen yang plaing dominan terhadap variabel dependen. Seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan:

X_1 = include attractions or demand generators

X_2 = provide value to the customer

X_3 = offer consistent quality and compability among elements

X_4 = be well planned and coordinated

X_5 = provide distinctive customer benefit

X_6 = covers all the details

Y = Keputusan Pembelian

Uji hipotesis regresi berganda digunakan untuk menguji signifikan atau ada tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial dengan rumus sebagai berikut:

a. Pengujian secara simultan

Uji secara simultan yaitu uji statistik bagi koefisien regresi yang bersama-sama mempengaruhi Y, uji ini menggunakan uji F

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)} \quad (\text{iqbal Hasan, 2009:107})$$

Keterangan:

R = Nilai korelasi

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah subjek (sampel)

b. Pengujian secara parsial

Uji secara parsial yaitu uji statistik bagi koefisien dengan hanya satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y, uji ini menggunakan uji t

$t = \frac{b_i - B_i}{S_m}$	1.2.3.4.5.6...
-----------------------------	----------------

(Iqbal Hasan, 2009:108)

Adapun pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS 18 *for windows*, yang menurut Suliyanto (2005:8) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data dalam SPSS pada *data view* , dan pada variabel *view* dalam kolom label berilah nama masing-masing variabel
- b. Klik *analyze, regression, linier*. Lalu pindahkan variabel Y sebagai bergantung ke kolom *dependent* serta variabel X₁X₂X₃X₄X₅X₆ sebagai variabel bebas ke kolom *independent*. Klik *method enter*. Abaikan yang lain kemudian klik ok.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan SPSS 18 *for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis regresi dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Suliyanto (2005:76) “data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal”. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah kekanan atas. Menurut Sulianto (2005:67) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang diuji normalitas di *data view*, sedangkan di variabel *view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*,

lalu *regresion*, kemudian klik *liner*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent* dan x pada kotak *independent*.

- b. Lalu Klik plots, lalu pada y pilih dependet sedangkan x diisi *zresid*. Pada *standarized residual plots* klik histogram dan *normal probability plot*, lalu *continue*.

2. Uji Asumsi Multikolineartias

Multikolineartias merupakan adanya hubungan yang mendekati sempurna antar variabel bebas. Salah satu cara untuk mengetahui adanya multikolieartias antarvariabel bebas dapat dilihat melalui nilai *varience infiation factor* (VIF) dengan bantuan SPSS 18 *for windows* yang menurut Suliyanto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan diuji heteroskedastitas di data *view*
Sedangkan di variabel *view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu *regresion* kemudian klik *liner*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kota *independent*.
- b. Klik save pada residual klik unstandarized abaikan pilihan lain lalu klik transfrom target variabel diisi dengan abresid lalu *numeric epression* diisi ABS (*res_1*), klik OK.
- c. Tampak pada data *view*, terjadi penambahan 2 kolom sebagai akibat proses perhitungan diatas, jika nilai probabilitasnya lebih besar dari nilai alphanya (0,1) maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedasitas.

3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan bantaun SPSS 18 *for windows*. Menurut Suliyanto (2005:71):

- a. Buka file regresi: *analyze – regression – liner*.
- b. Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*.
- c. Pada kotak *save* klik *unstandardized*
- d. Abaikan yang lain klik OK.

Pengujian Hipotesis

Kriteria pengujian untuk hipotesis yang diajukan secara simultan adalah:

Dengan *level of significance* (α) = 0,1

Ho ditolak, jika F hitung > F tabel

Ho diterima, jika F hitung < F tabel

Jika statistik menghasilkan satu harga yang ada dalam daerah penolakan, maka Ho ditolak. Hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan dan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Ho = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dari *packaging* terhadap keputusan pembelian paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari

H_a ≠ 0, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *packaging* terhadap keputusan pembelian paket wisata *outbound* di Kampung Batu Malakasari

Kriteria pengujian untuk hipotesis yang diajukan secara parsial adalah:

Dengan *level of significance* (α) = 0,1

Ho ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ho diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Hipotesis yang akan di uji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesisi dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima:

1. $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif dari *include attractions or demand generators* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
2. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *include attractions or demand generators* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
3. $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif dari *provide value to the customer* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
4. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *provide value to the customer* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
5. $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif dari *offer consistent quality and compability among elements* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
6. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *offer consistent quality and compability among elements* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.

7. $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif dari *be well planned and coordinated* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
8. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *be well planned and coordinated* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
9. $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif dari *provide distinctive customer benefit* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
10. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *provide distinctive customer benefit* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
11. $H_0 = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif dari *covers all the details* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.
12. $H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dari *covers all the details* terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata *Outbound* di Kampung Batu Malakasari.