

## **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini meneliti mengenai pengembangan produk wisata Pantai Pangandaran pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Pangandaran. Selanjutnya penelitian ini akan meneliti dua variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian adalah pengembangan produk wisata sebagai  $X$  yang terdiri dari atraksi wisata ( $X_1$ ), *amenities*/fasilitas wisata ( $X_2$ ), aksesibilitas ( $X_3$ ), *image* ( $X_4$ ) dan harga ( $X_5$ ) yang menjadi variabel eksogen. Adapun yang menjadi variabel endogen yang terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan merek, pilhan saluran distribusi, pilihan waktu berkunjung, dan pilihan tingkat kunjungan.

Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah tanggapan wisatawan nusantara mengenai pengembangan produk wisata pantai pasca tsunami dan tingkat kunjungan. Dari objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai pengembangan produk wisata Pantai Pangandaran pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

Adapun yang dijadikan responden adalah pengunjung atau wisatawan nusantara yang berada di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran 2010. Karena penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah *Cross Sectional Method*. Menurut Husein Umar

(2008:45), mengemukakan bahwa “*Cross Sectional Method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu saja (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang)”. 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 penelitian.

## **3.2 Metode Penelitian**

### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif, yaitu menguji kebenaran suatu hipotesis yang telah diuraikan pada Bab II, melalui pengumpulan data di lapangan (wisatawan nusantara Pantai Pangandaran). Menurut Traver Travens dalam Husein Umar (2001:21) menjelaskan bahwa:

Penelitian dengan menggunakan 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 selain memberikan gambaran tentang keterkaitan fenomena-fenomena yang ada, juga memberikan keterangan tentang keterkaitan variabel-variabel yang diteliti, pengujian hipotesis dan membuat prediksi untuk memperoleh makna dan permasalahan yang diteliti. Dengan menggunakan penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai pengembangan produk wisata pasca tsunami di Pantai Pangandaran serta pandangan responden

atau pengunjung atau wisatawan terhadap pengembangan produk wisata pasca tsunami tersebut.

Sedangkan jenis penelitian verifikasi menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Sifat dari verifikasi adalah ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian verifikasi bertujuan untuk mengetahui pengembangan produk wisata Pantai Pangandaran pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Pangandaran.

Berdasarkan penelitian deskriptif dan verifikasi maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Survey Explanatory*. Survey informasi dari sebagian populasi (Sampel Responden) dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik, yang bertujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti. Ker Linger yang diterjemahkan oleh Sugiyono (2008:7) menyebutkan bahwa:

Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Menurut Hermawan (2005:173), “Penelitian survey merupakan prosedur penelitian untuk mengumpulkan data mentah (*raw data*) dalam jumlah besar dengan menggunakan kuisioner dan wawancara”.

Penelitian dengan menggunakan metode ini yaitu informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empiris dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang

diteliti. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai Pengembangan Produk Wisata Pantai Pangandaran Pasca Tsunami dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Pangandaran.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi pengembangan produk wisata pengembangan produk wisata sebagai X yang terdiri dari atraksi wisata ( $X_1$ ), fasilitas wisata ( $X_2$ ), aksesibilitas ( $X_3$ ), *image* ( $X_4$ ) dan harga ( $X_5$ ) yang menjadi variabel eksogen. Adapun yang menjadi variabel endogen, tingkat kunjungan Y yang terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan merek, pilhan saluran distribusi, pilihan waktu berkunjung, dan pilihan jumlah kunjungan.

Sejalan dengan apa yang dikemukakan Sugiyono (2009:58) menyatakan bahwa, “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Variabel-variabel tersebut, dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut :

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

<b>Variabel &amp; Sub Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>	<b>No. Item</b>
Produk Wisata (X)	<i>From the standpoint of a potential customer considering any form of tourist visit the product may be defined as a bundle of package of tangible and intangible components, based on activity at a destination. The package is precieved by the tourist as an experience, available at price. There are five component in the overall product, which are destination attraction and environtment, destination facilities, accessibility of the destination, images of the destination and price to the costumer. (Middleton, 2001:124)</i>				
Atraksi Wisata (X <sub>1</sub> )	Atraksi wisata merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam daya tarik wisata di destinasi dan lingkungan didalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peran penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata disuatu destinasi tersebut. (Middleton, 2001:125)	- Daya tarik atraksi wisata yang ada di Pantai Pangandaran.	- Tingkat kemenarikan atraksi wisata di Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.a.1
		- Frekuensi atraksi wisata yang ada di Pantai Pangandaran.	- Tingkat keseringan wisatawan mengikuti atraksi wisata di Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.a.2
		- Variasi atraksi wisata yang ada di Pantai Pangandaran.	- Tingkat variasi atraksi wisata yang ada di Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.a.3
Amenities/ Fasilitas Wisata (X <sub>2</sub> )	<i>These are the component elements located in the destination or linked to it, which make it possible for visitors to stay and in other ways enjoy and participate in the attractions. (Middleton, 2001:126)</i>	- Kelengkapan fasilitas di Pantai Pangandaran.	- Tingkat kelengkapan fasilitas wisata di Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.b.4
		- Kenyamanan fasilitas di Pantai Pangandaran.	- Tingkat kenyamanan fasilitas di Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.b.5

Variabel & Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		- Kemudahan mendapatkan fasilitas di Pantai Pangandaran.	- Tingkat kemudahan mendapatkan fasilitas wisata di Pantai pangandaran.	Ordinal	III.b.6
		- Kualitas fasilitas wisata di Pantai Pangandaran.	- Tingkat kualitas fasilitas wisata di Pantai Pangandaran	Ordinal	III.b.7
		- Kuantitas fasilitas di Pantai Pangandaran.	- Tingkat kuantitas fasilitas di Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.b.8
Aksesibilitas (X <sub>3</sub> )	Kemudahan pencapaian mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu objek dan daya tarik wisata <i>These are the private and public transport aspects of the product that determine the cost, speed and convenience with which a traveler may leave his place of residence and reach a chosen destinations.</i> (Middleton, 2001:126)	- Kemudahan untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.c.9
		- Ketersediaan kapasitas transportasi di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat ketersediaan kapasitas transportasi di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.c.10
		- Keadaan jalan untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat keadaan jalan untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.c.11
		- Kualitas sarana transportasi yang terdapat di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat kualitas sarana transportasi yang terdapat di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.c.12
Image (X <sub>4</sub> )	Image merupakan ide atau kepercayaan yang dimiliki wisatawan tentang produk atau pelayanan yang mereka beli atau akan beli. Image destinasi tidak selalu berdasarkan pengalaman atau fakta	- Persepsi wisatawan terhadap destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat cara pandang wisatawan terhadap destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.d.13
		- Persepsi wisatawan terhadap keramahan masyarakat sekitar destinasi pariwisata	- Tingkat persepsi wisatawan terhadap keramahan tamahan	Ordinal	III.d.14

Variabel & Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	tetapi dapat dibentuk sedemikian rupa sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisata ke destinasi tersebut. (Middleton, 2001:126)	Pantai Pangandaran.	masyarakat sekitar destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.		
		- Persepsi wisatawan terhadap keadaan alam destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat persepsi wisatawan terhadap keadaan alam destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.d.15
Harga (X <sub>5</sub> )	<i>Any visit to a destination carries a price, which is the sum of what it costs for travel, accommodation and participation in a selected range of facilities and services". (Middleton,2001:127)</i>	- Kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima oleh wisatawan.	- Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima oleh wisatawan.	Ordinal	III.e.16
		- Persepsi wisatawan terhadap harga tarif di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat persepsi wisatawan terhadap harga tarif di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.e.17
		- Kesesuaian harga terhadap pelayanan yang didapat wisatawan selama di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat kesesuaian harga terhadap pelayanan yang didapat wisatawan selama di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.e.18
		- Kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan wisatawan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat kemampuan produk wisata dalam memenuhi kebutuhan wisatawan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.e.19
		- Persepsi wisatawan terhadap manfaat yang dirasakan dari destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	- Tingkat persepsi wisatawan terhadap manfaat yang dirasakan dari destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	III.e.20

Variabel & Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Tingkat Kunjungan (Y)	Suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan yang dirasakan, sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhannya. (Kotler dan Amstrong 2008:129)	Pemilihan Produk Wisata	- Tingkat pilihan produk wisata karena fasilitas Pantai Pangandaran.	Ordinal	IV.a.21
			- Tingkat pilihan produk wisata karena kenyamanan Pantai Pangandaran.	Ordinal	IV.a.22
			- Tingkat pilihan produk wisata karena atraksi di Pantai Pangandaran.	Ordinal	IV.a.23
			- Tingkat pilihan produk wisata karena pemandangan Pantai Pangandaran.	Ordinal	IV.a.24
			- Tingkat pilihan produk wisata karena akses menuju ke Pantai Pangandaran.	Ordinal	IV.a.25
		Pemilihan Merek	- Tingkat pemilihan merek berdasarkan kualitas merek.	Ordinal	IV.b.26
			- Tingkat pemilihan merek berdasarkan kepercayaan terhadap merek.	Ordinal	IV.b.27
		Pemilihan Saluran Pembelian	- Tingkat kemudahan menuju lokasi wisata Pantai pangandaran.	Ordinal	IV.c.28
		Pemilihan Waktu Kunjungan	- Tingkat keseringan berkunjung pada saat waktu senggang.	Ordinal	IV.d.29
			- Tingkat keseringan berkunjung pada saat liburan.	Ordinal	IV.d.30
			- Tingkat keseringan berkunjung pada saat kebutuhan.	Ordinal	IV.d.31



Variabel & Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Tingkat Kunjungan	- Tingkat keseringan kunjungan	Ordinal	IV.e.32
			- Tingkat lama wisatawan mengunjungi destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.	Ordinal	IV.e.33

Sumber : Pengolahan Data 2010

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini, penulis menggunakan jenis dan sumber data yang diperlukan, dimana jenis dan sumber data tersebut dikelompokkan ke dalam dua golongan menurut Sakaran (2000:221); Kuncoro (2003:127); Zikmud (2000:124), yaitu :

1. Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.
2. Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus untuk itu.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku referensi, brosur, data pengelola serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan data primer adalah seluruh data yang diperoleh kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian.

Untuk lebih jelas lagi, penulis menjelaskan mengenai data-data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Kategori Data	Sumber Data
1.	Tingkat Kunjungan Wisatawan Mancanegara yang Datang ke Indonesia dari Tahun 2001-2009	Sekunder	<i>Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia</i> Tahun 2010
2.	Jumlah Wisatawan Nusantara dari Tahun 2001-2008	Sekunder	Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ) Tahun 2009
3.	Data Statistik Wisatawan Nusantara dan Mancanegara yang Berkunjung ke Jawa Barat dari tahun 2004-2008	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten atau Kota di Jawa Barat Tahun 2009
4.	Klasifikasi Kawasan Strategis Wisata Di Kabupaten Ciamis Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis 2009
5.	Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara ke Daya Tarik Wisata Unggulan di Kabupaten Ciamis dari Tahun 2005-2009	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis 2009
6.	Data kunjungan Wisatawan Domestik Pantai pangandaran dari tahun 2005-2009	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis 2009
7.	Profil Pengembangan Produk Wisata Pantai Di Wilayah Pengembangan Wisata Pantai Pangandaran	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis 2009
8.	Tanggapan Responden Mengenai Pengembangan Produk Wisata Pasca Tsunami Pantai Pangandaran	Primer	Wisatawan Nusantara Daya Tarik Wisata Pantai Pangandaran
9.	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kunjungan di Daya Tarik Wisata Pantai Pangandaran	Primer	Wisatawan Nusantara Daya Tarik Wisata Pantai Pangandaran

Sumber: Berdasarkan Pengolahan Data 2010

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Malhotra (2005:364) mengemukakan bahwa, “Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran”.

Sedangkan menurut Sudjana (2000:19) mengemukakan bahwa, “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran,

kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya”.

Menurut Sugiyono (2009:115) bahwa, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini dilakukan pada populasi wisatawan nusantara destinasi pariwisata Pantai Pangandaran. Populasi wisatawan nusantara di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran sebesar 586.305 orang, yang terdiri dari 35% wisatawan lokal yang meliputi wilayah sekitar Pangandaran atau sekitar Kabupaten Ciamis, sebesar 205.207 orang. Wisatawan domestik yang terdiri dari 65%, yang meliputi wilayah luar Pangandaran atau luar Kabupaten Ciamis, sebesar 381.098 orang. Penyebaran angket pada destinasi pariwisata Pantai Pangandaran dimaksudkan untuk memudahkan penyebaran angket pada populasi sasaran, yaitu mendapatkan validitas data dari responden yang sedang berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut. Berikut proposisi populasi wisatawan nusantara di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran, seperti terlihat pada Tabel 3.3.

**TABEL 3.3**  
**PROPOSISI POPULASI WISATAWAN NUSANTARA**  
**DI DESTINASI PARIWISATA PANTAI PANGANDARAN**  
**TAHUN 2009**

No.	Wisatawan Nusantara	Jumlah Populasi
1.	Wisatawan Lokal	205.207
2.	Wisatawan Domestik	381.098
<b>Jumlah</b>		<b>586.305</b>

Sumber : Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2009

### 3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, karena disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel.

Menurut Sugiyono (2009:116), mengemukakan bahwa 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.

Sedangkan menurut Malhotra (2005:364) mengemukakan bahwa, “Sampel adalah sekelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”.

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang mewakili, maka diupayakan setiap subyek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2005:116) mengemukakan bahwa, “Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada pupolasi, 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 diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar mewaliki”.

Mengenai ukuran sampel menurut Sitepu (1994: 108), dapat ditempuh melalui beberapa tahap perhitungan. Pada langkah pertama menentukan perkiraan harga koefisien korelasi ( $\rho$ ) terkecil diantara variabel bebas dengan variabel terikat. Kedua, menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) dan kuasa uji ( $1-\beta$ ). Setelah itu baru menentukan ukuran sampel secara iteratif.

Pada iterasi pertama menggunakan rumus :

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

Sedangkan

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right) + \left(\frac{\rho}{2(n-1)}\right)$$

Dimana  $Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta}$  merupakan konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal.

Pada iterasi kedua menggunakan rumus :

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

Sedangkan

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right) + \left(\frac{\rho}{2(n-1)}\right)$$

Keterangan:

$\rho$  = koefisien korelasi terkecil yang diperkirakan dengan menggunakan rumus korelasi

$Z_{1-\alpha}$  = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$  = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$\alpha$  = Tingkat signifikansi

$\beta$  = kekeliruan

N = Responden

Apabila ukuran sampel minimal iteratif pertama dan kedua harganya sampai dengan bilangan satuannya sama, maka iterasi berhenti. Apabila belum sama perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti iterasi kedua.

Dalam penelitian ini ditentukan  $\alpha = 5\%$ ,  $\beta = 5\%$ ,  $\rho = 30\%$  didasarkan pada koefisien korelasi terkecil maka dapat dipakai korelasi pengembangan produk wisata Pantai Pangandaran pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Pangandaran minimal diasumsikan 30%. Taraf nyata yang diinginkan sebesar 5% dan kuasa uji dari pengujian sebesar 95%.

$\rho = 0,30$  dari tabel distribusi normal diperoleh  $Z_{1-\alpha} = 1,645$  dan  $Z_{1-\beta} = 1,645$

Cara menghitung sampel :

#### 1. Menghitung $U_p$

$$\begin{aligned} U_p &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+\rho}{1-\rho} \right) \\ &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+0.30}{1-0.30} \right) \\ &= 0.3099519604 \end{aligned}$$

Maka

$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U_p)^2} + 3 \\ &= \frac{(1.645 + 1.645)^2}{(0.3099519604)^2} + 3 \\ &= 115,9836173 \end{aligned}$$

$$n_1 = 116$$

2. Menghitung  $U\rho$ 

$$\begin{aligned}
 U\rho &= \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right) + \left(\frac{\rho}{2(n-1)}\right) \\
 &= \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+0.30}{1-0.30}\right) + \left(\frac{0.030}{2(116-1)}\right) \\
 &= 0.309870651 \\
 n_2 &= \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1+\beta})^2}{0.039870651} \\
 &= 115,727768 \\
 n_2 &= 116
 \end{aligned}$$

Karena  $n_1$  dan  $n_2$  telah mencapai harga yang sama yaitu 116, maka ukuran sampel minimal sebesar 116 wisatawan nusantara. Maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 116 orang responden pada wisatawan nusantara yang berkunjung di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran. Berikut Tabel 3.4 penyebaran proporsi sampel wisatawan nusantara:

**TABEL 3.4**  
**PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL WISATAWAN NUSANTARA DI**  
**DESTINASI PARIWISATA PANTAI PANGANDARAN**

No.	Wisatawan Nusantara	Perhitungan	Sampel
1.	Wisatawan Lokal	$205.207/586.305 \times 116$	41
2.	Wisatawan Domestik	$381.098/586.305 \times 116$	75
<b>Total</b>			<b>116</b>

Sumber : Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis Tahun 2009

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik penarikan sampel. Menurut Sugiyono (2009:116) mengemukakan bahwa, “Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2009:95) mengemukakan bahwa, “Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga

diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Asep Hermawan (2005:153), dalam sistematik sampling populasi dibagi dengan ukuran sampel yang diperlukan ( $n$ ) dan sampel diperoleh dengan cara mengambil setiap subjek ke- $n$ . Metode pengambilan acak sistematis menurut Sugiyono (2009:116) yaitu “Metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diurutkan. Dengan demikian, tersedianya suatu populasi sasaran yang tersusun (*Ordered Population Target*) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis”.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling* (sampling sistematis). Menurut Harun Al Rasyid (1994:66) sampling sistematis ini memiliki kelebihan, yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini, yaitu:

1. Tentukan populasi Sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 07.00-17.00 (rentang waktu datangnya pengunjung).



4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint* di daya tarik wisata Pantai Pangandaran. Sampel minimal sebesar 116 orang wisatawan nusantara. Maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 116 orang, pada wisatawan nusantara terdiri dari 35% wisatawan lokal dan 65% wisatawan domestik yang berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran, agar jumlah proporsi penyebaran angket representatif. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan rumus :  $I=N/n$ .

$I=1606/116=13,84=14$ , setelah diketahui interval maka penyebaran dilakukan secara acak. Pada hari yang ditentukan pada *checkpoint*, pengunjung ke 1 untuk selanjutnya adalah pengunjung dengan nomor urut berikutnya 14, 28, 42 dan seterusnya diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi.

5. Tentukan ukuran sampel ( $n$ ) pengunjung yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel, maka dalam satu hari (selama 7 hari) kuesioner yang harus diberikan sebanyak  $= \frac{116}{7} = 17$  responden.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan. Mengamati langsung daya tarik wisata Pangandaran yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai pengembangan produk wisata Pantai Pangandaran pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Pangandaran.

**b. Wawancara**

Teknik wawancara yang digunakan yaitu teknik wawancara tidak terstruktur yang menurut Sugiyono (2008:140) yaitu wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan wawancara dengan nara sumber yang terkait.

Wawancara dilakukan dengan pengelola daya tarik wisata Pantai Pangandaran yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ciamis dan Unit Pelaksana Teknis Daerah Kebudayaan dan Pariwisata Pangandaran, masyarakat setempat dan pengunjung atau wisatawan yang datang ke kawasan strategis wisata Pantai Pangandaran. Alat kumpul data yang digunakan adalah pedoman wawancara.

**c. Kuesioner**

Malhotra (2005:325) mengemukakan bahwa kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal, yang dijawab responden. Menurut Sugiyono (2009:199) teknik kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada pengunjung (responden) destinasi pariwisata Pantai Pangandaran (Sampel Penelitian). Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat. Didalam kuesioner ini penulis

mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel (X) Pengembangan Produk Wisata dan variabel (Y) Tingkat Kunjungan Wisatawan.

#### **d. Studi Literatur**

Pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat sumber data tertulis. Penulis memperoleh data tertulis dari:

1. Data Pengelola
2. Brosur
3. Buku Referensi

**TABEL 3.5**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik pengumpulan data	Sumber data
1.	Studi literatur	Pengembangan Produk Wisata dan Tingkat Kunjungan
2.	Kuesioner	Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata alam di Pantai Pangandaran
3.	Wawancara	Wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata alam di Pantai Pangandaran
4.	Observasi	Pengamatan pengembangan produk wisata pada wisatawan nusantara di destinasi pariwisata alam Pantai Pangandaran

Sumber: Pengolahan data Tahun 2010

### **3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.2.6.1 Pengujian Validitas**

Suharsimi Arikunto (2009:145) yang dimaksud dengan 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 yang rendah.

Tipe validitas yang digunakan adalah validas konstruk (*Construct Validity*) yang menentukan validas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pernyataan maupun pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila 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 instrument adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2008:131)

Dimana:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

X = Skor untuk pertanyaan yang dipilih.

$\sum X$  = Jumlah skor item ke...

$\sum Y$  = Total dari jumlah skor yang diperoleh dari setiap responden

N = Jumlah responden

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiono, 2008:172).

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 14 *for window*. Hasil perhitungan validitas instrument penelitian memperlihatkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

NO	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	Ket
<b>Ataraksi Wisata (X1)</b>				
1	Daya tarik atraksi wisata yang diadakan di Pantai Pangandaran	0,555	0,374	Valid
2	Frekuensi anda mengikuti atraksi wisata di Pantai Pangandaran	0,614	0,374	Valid
3	Variasi atraksi wisata yang ada di Pantai Pangandaran	0,394	0,374	Valid
<b>Amenities/Fasilitas Wisata (X2)</b>				
4	Kelengkapan fasilitas yang tersedia di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,553	0,374	Valid
5	Kenyamanan fasilitas di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,459	0,374	Valid
6	Kemudahan mendapatkan fasilitas di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,453	0,374	Valid
7	Kualitas fasilitas wisata di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,643	0,374	Valid
8	Kuantitas fasilitas di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,481	0,374	Valid
<b>Aksesibilitas (X3)</b>				
9	Kemudahan bagi anda untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,625	0,374	Valid
10	Ketersediaan kapasitas transportasi di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,591	0,374	Valid
11	Keadaan jalan untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,557	0,374	Valid
12	Kualitas sarana transportasi yang terdapat di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,398	0,374	Valid
<b>Image (X4)</b>				
13	Daya tarik wisata Pantai Pangandaran	0,392	0,374	Valid
14	Keramah tamahan masyarakat sekitar destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,537	0,374	Valid
15	Keadaan alam di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,535	0,374	Valid
<b>Harga (X5)</b>				
16	Kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima anda di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,703	0,374	Valid
17	Persepsi anda terhadap harga tarif di destinasi pariwisata Pantai	0,400	0,374	Valid

NO	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	Ket
	Pangandaran			
18	Kesesuaian harga terhadap pelayanan yang didapat wisatawan selama di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,412	0,374	Valid
19	Kemampuan produk wisata dalam memenuhi kebutuhan anda di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,574	0,374	Valid
20	Manfaat yang dirasakan dari destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,569	0,374	Valid
<b>Tingkat Kunjungan (Y)</b>				
1	Pemandangan destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,421	0,374	Valid
2	Kelengkapan fasilitas Pantai Pangandaran	0,505	0,374	Valid
3	Suasana Pantai Pangandaran	0,511	0,374	Valid
4	Atraksi wisata yang di tawarkan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,443	0,374	Valid
5	Akses menuju ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,388	0,374	Valid
6	Berkunjung ke Pantai Pangandaran karena kepercayaan terhadap Pantai Pangandaran	0,573	0,374	Valid
7	Berkunjung ke Pantai Pangandaran karena pantai yang berkualitas	0,776	0,374	Valid
8	Memutuskan untuk berkunjung karena kemudahan menuju lokasi destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,448	0,374	Valid
9	Berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran karena kebutuhan	0,666	0,374	Valid
10	Berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran karena bertepatan saat liburan	0,487	0,374	Valid
11	Berkunjung ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran karena mengisi waktu senggang	0,561	0,374	Valid
12	Frekuensi kunjungan anda ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,563	0,374	Valid
13	Berapa lama anda mengunjungi destinasi pariwisata Pantai Pangandaran	0,734	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 3.6 menjelaskan bahwa hasil pengujian validitas variabel Pengembangan Produk Wisata dan Tingkat Kunjungan menunjukkan item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374. Hasil pengukuran validitas terbesar yang terdapat pada variabel Pengembangan Produk Wisata adalah pada dimensi harga sebesar 0,703 pada item pertanyaan kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima anda di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran, dan terendah pada item pertanyaan

mengenai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran pada dimensi *image* yaitu sebesar 0,392.

Pengukuran validitas terbesar pada masing-masing dimensi yaitu sebesar 0,614 dengan item pertanyaan frekuensi anda mengikuti atraksi wisata di Pantai Pangandaran pada dimensi atraksi wisata. Pada dimensi *amenities/fasilitas* wisata dengan item pertanyaan kualitas fasilitas wisata di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran yaitu sebesar 0,643. Pada dimensi aksesibilitas sebesar 0,625 dengan item pertanyaan kemudahan bagi anda untuk mencapai destinasi pariwisata Pantai Pangandaran. Pada dimensi *image* sebesar 0,537 pada item pertanyaan keramahan masyarakat sekitar destinasi pariwisata Pantai Pangandaran. Pada dimensi harga pengukuran validitas terbesar pada item pertanyaan kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima anda di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran sebesar 0,703.

Pengukuran validitas terkecil pada masing-masing dimensi yaitu sebesar 0,394 pada item pertanyaan variasi atraksi wisata yang ada di Pantai Pangandaran di dimensi atraksi wisata. Pada dimensi *amenities/fasilitas* wisata pengukuran validitas terkecil berada pada item pertanyaan kemudahan mendapatkan fasilitas di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran sebesar 0,453. Pada dimensi aksesibilitas pengukuran validitas terkecil pada pertanyaan kualitas sarana transportasi yang terdapat di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran yaitu sebesar 0,398. Pengukuran validitas terkecil pada dimensi *image* adalah pada pertanyaan destinasi pariwisata Pantai Pangandaran sebesar 0,392. Pada dimensi harga

pengukuran validitas terkecil sebesar 0,400 pada item pertanyaan persepsi anda terhadap harga tarif di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

Pada variabel keputusan berkunjung , hasil validitas terbesar adalah pada item pertanyaan berkunjung ke Pantai Pangandaran karena pantai yang berkualitas sebesar 0,776. Hasil validitas terendah adalah pada item pertanyaan akses menuju ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran sebesar 0,388.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu makna bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut baik.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:168), mengemukakan bahwa :

Yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu.

Jika instrument dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas ini adalah menggunakan *Cronbach alpha* sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan :

$r_{11}$  = Realibilitas instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_r^2$  = Varians total

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian total



Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini  $S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$  (Husein Umar, 2008:172).

Dimana:

n = Jumlah responden  
 X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan 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.

Koefisien *Cronbach alpha* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach alpha* lebih besar atau sama dengan 0,070 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Uma Sekaran (2006:177) mengemukakan:

*Cronbach alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Perhitungan reliabilitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$  ( $30-2=28$ ). Perhitungan reliabilitas pertanyaan pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS 14 for windows*.

Diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,070. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.7**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	$r_{hitung}$ (Alpha)	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Produk Wisata	0,790	0,070	Reliabel
2	Tingkat Kunjungan	0,807	0,070	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 3.7 data hasil realibitas menunjukkan bahwa produk wisata (X) dan tingkat kunjungan (Y) reliabel karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hasil uji reabilitas produk wisata memperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,790 sedangkan tingkat kunjungan memperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,807.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data menurut Sugiyono (2009:243) adalah “diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal”. Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa hipotesis dengan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif lebih menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian dengan menggunakan kedua metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Dimana sejalan dengan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengembangan

produk wisata pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di kawasan wisata Pantai Pangandaran di wilayah Kabupaten Ciamis dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil penyebaran angket dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Dimana persiapan adalah pengumpulan data dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil angket dan memberikan nilai sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan.

Untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai pengembangan produk wisata pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang ke Pantai Pangandaran, penulis menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung atau wisatawan pantai Pangandaran. Penelitian ini menganalisis satu variabel eksogen, yaitu pengembangan produk wisata dan satu variabel endogen yaitu tingkat kunjungan. Misalnya akan menguji hipotesis hubungan antar dua variabel, bila datanya ordinal, maka statistik yang digunakan adalah korelasi *Spearman Rank*, sedang bila datanya interval atau rasio digunakan korelasi *Pearson Product Moment*.

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 pengembangan produk wisata Pantai Pangandaran pasca tsunami dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara di Pantai Pangandaran. Adapun yang menjadi variabel eksogen atau variabel X adalah pengembangan produk wisata yang memiliki beberapa dimensi

yaitu atraksi wisata, *amenities*/fasilitas, aksesibilitas, *image*, dan harga. Objek yang merupakan variabel endogen atau variabel Y adalah keputusan berkunjung. Penelitian ini akan diteliti pengembangan produk wisata (X) terhadap tingkat kunjungan (Y).

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2008:86) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*. Kemudian variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan. Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Melalui bantuan alat statistik untuk mengolah data.

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, dimana dalam penelitian ini analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

1. Analisis deskriptif tanggapan wisatawan nusantara di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran mengenai pengembangan produk wisata pasca tsunami.

2. Analisis deskriptif tanggapan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran mengenai tingkat kunjungan di destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

Menurut Moch. Ali (1985:184) kategori hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran sebagai berikut:

**TABEL 3.8**  
**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)

### 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Seperti yang telah dijelaskan dalam operasinalisasi variabel sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan data ordinal yang terkumpul, maka 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 :

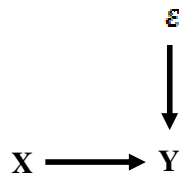
$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

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

### 3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Tujuan dilakukan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu pengembangan produk wisata (X) yang terdiri dari atraksi wisata ( $X_1$ ), fasilitas wisata ( $X_2$ ), aksesibilitas ( $X_3$ ), *image* ( $X_4$ ) dan harga ( $X_5$ ) yang menjadi variabel bebas (*independen*). Sedangkan variabel dependen adalah tingkat kunjungan wisatawan (Y) yang terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan merek, pilhan saluran distribusi, pilihan waktu berkunjung, dan pilihan jumlah kunjungan. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan *Path Analysis* (Analisis Jalur).

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh pengembangan produk wisata dengan tingkat kunjungan Pantai Pangandaran, Kabupaten Ciamis. Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan :

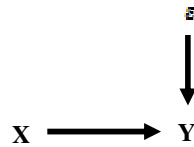
$\epsilon$  = Epsilon (Variabel lain)  
 $\longrightarrow$  = Hubungan Kausalitas

Struktur hubungan diatas menunjukkan bahwa pengembangan produk wisata dalam upaya meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan baik secara parsial maupun simultan. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel Pengembangan Produk Wisata (X) dengan Tingkat Kunjungan (Y) yaitu  $\epsilon$  (variabel lain), namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan antara pengembangan produk wisata (X) yang terdiri dari atraksi wisata ( $X_1$ ), fasilitas wisata ( $X_2$ ), aksesibilitas ( $X_3$ ), *image* ( $X_4$ ) dan harga ( $X_5$ ) terhadap tingkat

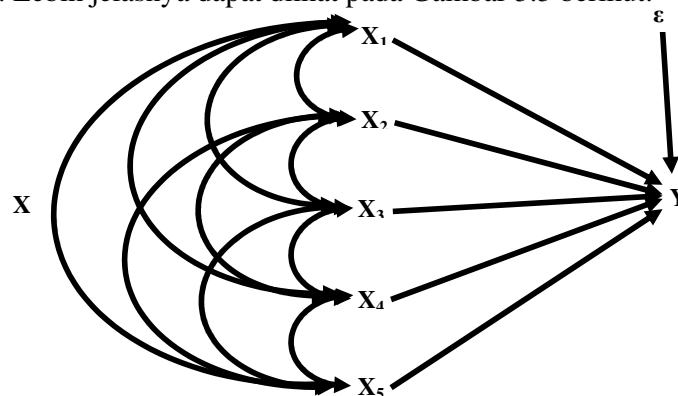
kunjungan (Y), baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis akan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis



**GAMBAR 3.2**  
**STRUKTUR HIPOTESIS**

- b. Selanjutnya struktur hipotesis diatas diterjemahkan ke dalam diagram hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel eksogen terhadap variabel endogen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut:



**GAMBAR 3.3**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

- c. Menghitung matriks korelasi antara variabel eksogen

$$R = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ 1 & r_{X_{1,2}} & r_{X_{1,3}} & r_{X_{1,4}} & r_{X_{1,5}} \\ & 1 & r_{X_{2,3}} & r_{X_{2,4}} & r_{X_{2,5}} \\ & & 1 & r_{X_{3,4}} & r_{X_{3,5}} \\ & & & 1 & r_{X_{4,5}} \\ & & & & 1 \end{pmatrix}$$

- d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_{1,1} & C_{1,2} & C_{1,3} & C_{1,4} & C_{1,5} \\ & C_{2,2} & C_{2,3} & C_{2,4} & C_{2,5} \\ & & C_{3,3} & C_{3,4} & C_{3,5} \\ & & & C_{4,4} & C_{4,5} \\ & & & & C_{5,5} \end{pmatrix}$$



Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \\ \rho_{YX_3} \\ \rho_{YX_4} \\ \rho_{YX_5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} \\ & & & & C_{5.5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \\ r_{YX_5} \end{pmatrix}$$

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

$$R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) = [\rho_{YX_1} \dots \rho_{YX_5}] \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \\ r_{YX_5} \end{pmatrix}$$

- f. Menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel

**Pengaruh  $X_1$  terhadap Y**

Pengaruh langsung  $= \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ )  $= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot \rho_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ )  $= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot \rho_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ )  $= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1X_4} \cdot \rho_{YX_4}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ )  $= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1X_5} \cdot \rho_{YX_5} +$

Pengaruh total ( $X_1$ ) terhadap Y  $= \dots\dots\dots$

**Pengaruh  $X_2$  terhadap Y**

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

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ )  $= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot \rho_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ )  $= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_3} \cdot \rho_{YX_3}$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_4} \cdot \rho_{YX_4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \underline{\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_5} \cdot \rho_{YX_5}} + \\ \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

**Pengaruh X<sub>3</sub> terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_4} \cdot \rho_{YX_4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \underline{\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_5} \cdot \rho_{YX_5}} + \\ \text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

**Pengaruh X<sub>4</sub> terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_4} \cdot \rho_{YX_4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= \rho_{YX_4} \cdot r_{X_4X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX_4} \cdot r_{X_4X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX_4} \cdot r_{X_4X_3} \cdot \rho_{YX_3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= \underline{\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4X_5} \cdot \rho_{YX_5}} + \\ \text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

**Pengaruh X<sub>5</sub> terhadap Y**

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_5} \cdot \rho_{YX_5} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= \rho_{YX_5} \cdot r_{X_5X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \rho_{YX_5} \cdot r_{X_5X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= \rho_{YX_5} \cdot r_{X_5X_3} \cdot \rho_{YX_3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= \underline{\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5X_4} \cdot \rho_{YX_4}} + \end{aligned}$$

Pengaruh total ( $X_5$ ) terhadap Y = .....

- g. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\varepsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho Y \varepsilon = \sqrt{1 - R^2} Y(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

- h. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho Y X_1 = \rho Y X_2 = \rho Y X_3 = \rho Y X_4 = \rho Y X_5 = 0$$

$H_i$  : Sekurang-kurangnya ada sebuah  $\rho Y X_i \neq 0, i = 1, 2, 3, 4, \text{ dan } 5$ .

- i. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k \rho Y X_i \rho Y X_i}{(n-k-1) \sum_{i=1}^k \rho Y X_i \rho Y X_i}$$

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

$$t = \frac{\rho Y X_i - \rho Y X_i}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 Y(X_1, X_2, X_3)) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan *software* program SPSS Versi 14.0 yaitu menguji pengembangan produk wisata ( $X$ ) yang terdiri dari atraksi wisata ( $X_1$ ), fasilitas wisata ( $X_2$ ), aksesibilitas ( $X_3$ ), *image* ( $X_4$ ) dan harga ( $X_5$ ) terhadap tingkat kunjungan ( $Y$ ).

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $dk (n-2)$ . Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut:

H0 :  $PYX = 0$ , tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengembangan produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pangandaran.

H1:  $PYX \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan antara pengembangan produk wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H0:  $PYX_{1,1} = 0$ , tidak terdapat pengaruh signifikan atraksi wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H1:  $PYX_{1,1} \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan atraksi wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H0:  $PYX_{1,2} = 0$ , tidak terdapat pengaruh signifikan *amenities*/fasilitas wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H1:  $PYX_{1,2} \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan *amenities*/fasilitas wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H0:  $PYX_{1.3} = 0$ , tidak terdapat pengaruh signifikan aksesibilitas terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H1:  $PYX_{1.3} \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan aksesibilitas terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H0:  $PYX_{1.4} = 0$ , tidak terdapat pengaruh signifikan *image* terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandara.

H1:  $PYX_{1.4} \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan *image* terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandara.

H0:  $PYX_{1.5} = 0$ , tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.

H1:  $PYX_{1.5} \neq 0$ , terdapat pengaruh signifikan harga terhadap tingkat kunjungan wisatawan nusantara ke destinasi pariwisata Pantai Pangandaran.