

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2008:29) Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Sedangkan benda, hal, atau orang tempat data untuk variable penelitian melekat dan yang di permasalahan disebut objek (Suharsimi Arikunto,2008:85).

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh perkembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung ke daya tarik wisata Pakuhaji. Adapun yang menjadi variable bebas atau *independent variable* (X) adalah pengembangan produk wisata, yang terdiri dari enam sub-variabel yaitu atraksi wisata dan kegiatan wisata yang menjadi objek/daya tarik wisata, fasilitas akomodasi beserta pelayanannya, fasilitas transportasi dan pelayanan lainnya, sumberdaya manusia, dan fasilitas pelayanan lainnya terhadap keputusan berkunjung sebagai variable terikat atau *dependent variable* (Y).

Objek penelitian yang peneliti ambil didalam masalah yang terjadi adalah penerapan pengembangan produk wisata pada daya tarik wisata Pakuhaji dimana responden yang diambil pada objek penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pakuhaji serta menggunakan wahana permainan dan segala pengembangan produk wisata yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Pakuhaji dalam upaya meningkatkan keputusan berkunjung ke Pakuhaji, karena penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

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)” .

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* . Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada dan sedang berlangsung dengan jalan mengumpulkan , menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada.

Sugiyono (2008:11) mengemukakan, pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut; “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variable satu dengan yang lain”.

Whitney (Natsir, 2005:54) mengemukakan, pengertian metode penelitian deskriptif sebagai berikut;

Pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Berdasarkan beberapa pendapat-pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa metode deskriptif memberikan gambaran dari fenomena. Langkah-langkah metode deskriptif tidak terbatas sampai dengan pengumpulan dan penyusunan data tetapi juga analisi dan interpretasi terhadap data untuk memperoleh informasi yang jelas mengenai fakta yang terjadi.

Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan di uji apakah pengembangan produk wisata yang dilakukan pengelola daya tarik wisata Pakuhaji dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan nusantara di Pakuhaji.

Berdasarkan sifat penelitiannya maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian *deskriptif survei* dan *explanatory survey* yang menurut Kerlinger (Sugiyono, 2008:7), bahwa metode *survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variable sosiologis maupun psikologis.

Metode penelitian dibuat untuk memudahkan peneliti untuk membuat suatu kesimpulan. Dari metode yang digunakan ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung dari tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

3.3 Operasional Variabel

Menurut Asep Hermawan (2006:118) Operasionalisasi variabel adalah bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Masalah yang diteliti dalam objek penelitian ini adalah pengembangan produk wisata (X) dengan sub variabelnya yaitu atraksi wisata dan kegiatan wisata yang menjadi objek/daya tarik wisata, fasilitas akomodasi beserta pelayanannya, fasilitas transportasi dan pelayanan lainnya, sumberdaya manusia, fasilitas pelayanan lainnya, dan unsur-unsur institusional terhadap keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari citra destinasi, pengalaman, tujuan wisata dan waktu dan biaya.

Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasional variabel. Pengoperasian variabel dari kedua yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini :

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5
Produk Wisata (X) Terdapat beberapa komponen dasar yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan rencana pariwisata supaya dihasilkan rumusan rencana pariwisata yang komprehensif, sesuai dengan kondisi lingkungan setempat dan sesuai dengan sasaran yang akan dituju, sehingga dapat direalisasikan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan bermanfaat secara optimal. (George McIntyre dalam Wardiyanto, 2011:20)				
Atraksi wisata dan kegiatan wisata yang menjadi objek/daya tarik wisata	Kemegahan aktivitas wisata <i>outbound</i> di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kemegahan aktivitas wisata <i>outbound</i> di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.A.1
	Kenyamanan iklim di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kenyamanan iklim di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.A.2
	Daya tarik flora dan fauna	Tingkat kemegahan flora dan fauna	Ordinal	III.A.3
	Frekuensi atraksi wisata yang ada di objek wisata Pakuhaji	Tingkat keseringan wisatawan mengikuti atraksi wisata di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.A.4
	Variasi atraksi wisata yang ada di objek wisata Pakuhaji	Tingkat variasi atraksi wisata yang ada di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.A.5
Fasilitas akomodasi beserta pelayanannya	Kenyamanan fasilitas akomodasi di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kenyamanan fasilitas akomodasi di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.B.6
	Kelengkapan fasilitas akomodasi di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kelengkapan fasilitas akomodasi di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.B.7

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

	Kualitas fasilitas akomodasi di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kualitas fasilitas akomodasi di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.B.8
--	---	---	---------	---------

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	3	4	5	6
Fasilitas transportasi dan pelayanan lainnya	Kemudahan mencapai objek wisata Pakuhaji	Tingkat kemudahan menjangkau objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.C.9
	Kenyamanan saat perjalanan ke objek wisata Pakuhaji	Tingkat kenyamanan saat perjalanan ke objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.C.10
	Kualitas sarana transportasi yang terdapat di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kualitas sarana transportasi yang terdapat di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.C.11
Sumberdaya manusia	Keramahan karyawan di objek wisata Pakuhaji	Tingkat Keramahan karyawan di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.D.12
	Kerapihan karyawan di objek wisata Pakuhaji	Tingkat Kerapihan karyawan di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.D.13
	Pemahaman pemandu tentang wahana permainan yang ditawarkan	Tingkat pemahaman pemandu tentang wahana permainan yang ditawarkan	Ordinal	III.D.14
Fasilitas pelayanan lainnya	Kemudahan mendapatkan fasilitas di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kemudahan mendapatkan fasilitas di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.E.15
	Kebersihan di objek wisata Pakuhaji	Tingkat kebersihan di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.E.16
	Keamanan di objek wisata Pakuhaji	Tingkat keamanan di objek wisata Pakuhaji	Ordinal	III.E.17

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
Keputusan Berkunjung (Y)	Faktor yang mempengaruhi para pengunjung mengembangkan pemahaman mengenai cara konsumen melakukan keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2009:240)	Pemilihan Produk atau Jasa	Tingkat keberagaman produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	Ordinal	IV.A.1
			Tingkat daya tarik produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	Ordinal	IV.A.2
			Tingkat keunggulan produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	Ordinal	IV.A.3
			Tingkat keunikan produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	Ordinal	IV.A.4
		Pemilihan Merek	Tingkat pemilihan berdasarkan citra daya tarik wisata Pakuhaji	Ordinal	IV.B.5
			Tingkat kepopuleran daya tarik wisata Pakuhaji	Ordinal	IV.B.6
			Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman terhadap wisata Pakuhaji	Ordinal	IV.B.7
		Pemilihan Penyaluran	Tingkat pembelian berdasarkan lokasi yang strategis	Ordinal	IV.C.8
			Tingkat kemudahan akomodasi dalam menjangkau lokasi	Ordinal	IV.C.9
		Pemilihan Waktu Kunjungan	Waktu kunjungan pada saat liburan sekolah/nasional	Ordinal	IV.C.10
			Waktu kunjungan pada saat waktu luang	Ordinal	IV.C.11
			Waktu kunjungan berdasarkan promosi penjualan melalui program <i>discount</i>	Ordinal	IV.C.12
		Pemilihan Jumlah	Tingkat frekuensi berkunjung ke daya tarik	Ordinal	IV.C.13

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

		Kunjungan	wisata dalam kurun waktu 6 bulan		
			Tingkat jumlah tiket wahan permainan yang dibeli	Ordinal	IV.C.14

Sumber: Pengelolaan Data 2012

3.4 Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (2002:107), bahwa “sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data tersebut diperoleh. “Apabila penelitian yang dilakukan menggunakan wawancara dalam mengumpulkan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang merespon atau menjawab pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan ketiga sumber data tersebut yaitu person, place dan paper sehingga diperoleh data sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu; data diperoleh langsung oleh penulis dari responden baik yang dilakukan dengan pengamatan, wawancara langsung dari suatu organisasi maupun perseorangan secara langsung di lapangan sesuai dengan penelitian yang sudah ditetapkan.
2. Data sekunder. yaitu; data yang diperoleh penulis dari hasil-hasil laporan, surat-surat, buku-buku, dokumen-dokumen, arsip-arsip yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data sekunder penulis didapatkan dari beberapa buku bacaan, litelatur dan sebagian besar telah ada pada organisai pemerintah dan swasta di daerah sekitar Pakuhaji.

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Sumber Data	Jenis Data
1..	Statistik kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia 2001-2010	<i>Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia</i>	Data Sekunder
2.	Pengembangan jumlah wisatawan nusantara di Indonesia 2001-2010	Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ)	Data Sekunder
3.	Kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara ke Jawa Barat 2011	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat	Data Sekunder
4.	Kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara ke Bandung 2011	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	Data Sekunder
5.	Wisata <i>outbound</i> di Bandung Barat	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat	Data Sekunder
6.	Kunjungan wisatawan Pakuhaji 2007-2010	Pakuhaji, 2011	Data Sekunder
7.	Pengembangan produk wisata pada objek wisata Pakuhaji	Pakuhaji, 2011	Data Sekunder
8.	Tanggapan responden mengenai kunjungan wisatawan ke Wsiata Pakuhaji	Responden	Data Primer
9.	Tanggapan responden mengenai Pengembangan Produk Wisata	Responden	Data Primer

Sumber : Berdasarkan Pengelolaan Data 2012

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.5.1 Populasi

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Menurut Arikunto (2002:108) pengertian populasi sebagai berikut,

Keseluruhan populasi yang akan diteliti. Populasi bukan hanya orang tetapi juga benda-benda lain. Populasi juga bukan jumlah ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau subjek itu.

Sugiyono (2009:115) mengemukakan, pengertian populasi sebagai berikut, “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke objek wisata Pakuhaji yang berjumlah 28.657 orang pada tahun 2010. Tujuan dari kegiatan pengembangan produk wisata ini adalah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke daya tarik wisata Pakuhaji sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dari tahun-tahun sebelumnya

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:73), 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 ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Menurut Husein Umar (2003:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus: Rumus slovin tersebut adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Husein Umar, 2003, 59})$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (0,1)

Kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Berdasarkan rumus tersebut maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{28.657}{1 + 28.657 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{28.657}{1 + 286,57}$$

$$n = \frac{28.657}{286,57}$$

$$n = 99,65 = 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah sebesar 100. Menurut Winarno Sirakhmad (2002:100) bahwa, “untuk menjamin ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

jumlah matematik.” Hal tersebut bertujuan agar sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah teknik *systematic random sampling* atau teknik pengambilan sampel acak sistematis untuk populasi yang bergerak.

Menurut Sugiyono (2008:62) *systematic random sampling* adalah “metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval dari suatu kerangka yang telah diurutkan”. Dengan demikian, tersedia populasi sasaran yang tersusun (*ordered population target*) merupakan prasyarat penting bagi dimungkinkannya pelaksanaan pengambilan sampel dengan metode acak sistematis.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*) maka teknik pengambilannya dilakukan sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisnus yang berkunjung ke daya tarik wisata Pakuhaji.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *check pont*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* adalah daya tarik wisata Pakuhaji.

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Pada penelitian ini waktu kongkrit yang digunakan oleh peneliti adalah hari Sabtu dan Minggu pukul 09.00-15.00 WIB.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan dalam mendapatkan data untuk kepentingan penelitian melalui alat-alat pengumpulan data. Dalam suatu penelitian, data ialah hal yang penting karena menggambarkan dan menjelaskan variabel-variabel yang diteliti yang dapat membentuk hipotesis. Banyaknya data yang terkumpul dapat menguji kebenaran hipotesis.

Menurut Sugiyono (2008:224) “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data”. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Soemantri dan Muhidin (2006:32) ialah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berkomunikasi langsung dari sumber yang bersangkutan. Wawancara ini dilakukan pada pihak wisatawan nusantara dan pengelola daya tarik wisata Pakuhaji secara lisan.

2. Studi Literatur

Nov.

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari studi literatur mengenai pengembangan produk wisata dan keputusan berkunjung.

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan terhadap wahana dan fasilitas daya tarik wisata Pakuhaji secara langsung yang juga berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu mengenai pengembangan produk wisata yang digunakan oleh pengelola objek wisata Pakuhaji

4. Kuesioner

Dalam kuesioner ini, berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, dan beberapa pertanyaan yang menggambarkan pengukuran indikator variabel X pengembangan produk wisata, dan variabel Y yaitu keputusan berkunjung. Kuesioner ini ditujukan kepada para wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Pakuhaji.

3.6.2 Pengujian Validitas Dan Realibilitas

3.6.2.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah (Suharsmi Arikunto, 2009:145).

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Setelah data diubah menjadi data interval, maka dapat dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisis validitas ini adalah teknik korelasi bias, yaitu korelasi antara skor-skor yang divalidasikan dengan skor-skor tolak ukurnya dari konsumen yang sama.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:146) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dari suatu instrument. Suatu instrument yang valid adalah yang memiliki tingkat validitas yang tinggi. Dan sebaliknya instrument yang memiliki validitas rendah berarti tidak valid. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor item-item instrumen dengan rumus *Product Moment Pearson*, yaitu;

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

(Suharsimi Arikunto, 2009:146)

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek 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

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

n = Banyaknya responden

Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan, maka dapat digunakan pedoman koefisien korelasi pada Tabel 3.4 sebagai berikut :

TABEL 3.3
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2009:250)

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisis validitas tes ini adalah teknik n korelasi biasa, yaitu korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu. Artinya, adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, yang dapat diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

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

(Husein Umar, 2009:132)

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

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

pengolahan data menggunakan *software* komputer SPSS 14.0 menunjukkan item-item dalam pertanyaan valid karena r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Item Pernyataan/Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PENGEMBANGAN PRODUK WISATA				
Atraksi Wisata (X1)				
1.	Tingkat kemenarikan aktivitas wisata <i>outbound</i> di wisata Pakuhaji	0,643	0,374	Valid
2.	Tingkat kenyamanan iklim di wisata Pakuhaji	0,589	0,374	Valid
3.	Tingkat kemenarikan flora dan fauna	0,669	0,374	Valid
4.	Tingkat keseringan wisatawan mengikuti atraksi wisata di wisata Pakuhaji	0,596	0,374	Valid
5.	Tingkat variasi atraksi wisata yang ada di objek wisata Pakuhaji	0,385	0,374	Valid
Fasilitas Akomodasi (X2)				
6.	Tingkat kenyamanan fasilitas akomodasi di wisata Pakuhaji	0,546	0,374	Valid
7.	Tingkat kelengkapan fasilitas akomodasi di wisata Pakuhaji	0,566	0,374	Valid
8.	Tingkat kualitas fasilitas akomodasi di wisata Pakuhaji	0,620	0,374	Valid
Fasilitas Transportasi (X3)				
9.	Tingkat kemudahan menjangkau wisata Pakuhaji	0,533	0,374	Valid
10.	Tingkat kenyamanan saat perjalanan ke wisata Pakuhaji	0,504	0,374	Valid
11.	Tingkat kualitas yang terdapat di wisata Pakuhaji	0,515	0,374	Valid
Sumber Daya Manusia (X4)				
12.	Tingkat keramahan karyawan di wisata Pakuhaji	0,641	0,374	Valid
13.	Tingkat kerapihan karyawan di wisata Pakuhaji	0,585	0,374	Valid
14.	Tingkat pemahaman pemandu tentang wahana permainan yang ditawarkan	0,650	0,374	Valid

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Fasilitas Pelayanan (X5)				
15.	Tingkat kemudahan mendapatkan fasilitas di wisata Pakuhaji	0,804	0,374	Valid
16.	Tingkat kebersihan di wisata Pakuhaji	0,823	0,374	Valid
17.	Tingkat keamanan di wisata Pakuhaji	0,715	0,374	Valid
KEPUTUSAN BERKUNJUNG				
Pemilihan Produk/Jasa				
1.	Tingkat keberagaman produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	0,631	0,374	Valid
2.	Tingkat daya tarik produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	0,563	0,374	Valid
3.	Tingkat keunggulan produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	0,652	0,374	Valid
4.	Tingkat keunikan produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lain	0,798	0,374	Valid
Pemilihan Merek				
5.	Tingkat pemilihan berdasarkan citra daya tarik wisata Pakuhaji	0,669	0,374	Valid
6.	Tingkat kepopuleran daya tarik wisata Pakuhaji	0,621	0,374	Valid
7.	Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman terhadap wisata Pakuhaji	0,565	0,374	Valid
Pemilihan Penyaluran				
8.	Tingkat pembelian berdasarkan lokasi yang strategis	0,414	0,374	Valid
9.	Tingkat kemudahan akomodasi dalam menjangkau lokasi	0,554	0,374	Valid
Pemilihan Waktu Kunjungan				
10.	Waktu kunjungan pada saat liburan sekolah/nasional	0,584	0,374	Valid
11.	Waktu kunjungan pada saat waktu luang	0,557	0,374	Valid
12.	Waktu kunjungan berdasarkan promosi penjualan melalui program <i>discount</i>	0,611	0,374	Valid
Pemilihan Jumlah Kunjungan				
13.	Tingkat frekuensi berkunjung ke daya tarik wisata dalam kurun waktu satu tahun	0,616	0,374	Valid
14.	Tingkat banyaknya jumlah tiket wahana yang dibeli	0,417	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Berdasarkan hasil pengelolaan data di atas mengenai pengukuran validitas untuk variabel pengembangan produk wisata menunjukkan bahwa item – item pernyataan dalam kuesioner karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Pengukuran validitas terhadap dimensi atraksi wisata menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,669 pada item 3 untuk pernyataan tingkat kemenarikan flora dan fauna di wisata Pakuhaji dan nilai terendah sebesar 0,385 pada item 5 untuk pernyataan tingkat variasi atraksi wisata yang berada di wisata Pakuhaji. Pada dimensi fasilitas akomodasi yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,620 pada item 8 untuk pernyataan kualitas fasilitas akomodasi di wisata Pakuhaji dan untuk nilai terendah sebesar 0,546 pada item 6 untuk pernyataan tingkat kenyamanan fasilitas akomodasi di wisata Pakuhaji.

Pengukuran validitas pada dimensi fasilitas transportasi yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,533 pada item 9 untuk pernyataan tingkat kemudahan menjangkau wisata Pakuhaji dan untuk nilai terendah 0,504 pada item 10 untuk pernyataan tingkat kenyamanan saat perjalanan ke wisata Pakuhaji. Pada dimensi sumber daya manusia yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,650 pada item 14 untuk pernyataan tingkat pemahaman pemandu tentang wahana permainan yang ditawarkan dan untuk nilai terendah sebesar 0,585 pada item 13 untuk pernyataan tingkat kerapuhan karyawan di wisata Pakuhaji,

Pengukuran validitas pada dimensi fasilitas pelayanan yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,823 pada item 16 untuk pernyataan tingkat kebersihan di

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

wisata Pakuhaji dan untuk nilai terendah sebesar 0,715 untuk pernyataan tingkat keamanan di wisata Pakuhaji.

Berdasarkan pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk variabel keputusan berkunjung yaitu pilihan produk/jasa menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,798 pada item 4 untuk pernyataan tingkat keunikan produk wisata Pakuhaji dibandingkan dengan produk wisata lain dan untuk nilai terendah sebesar 0,563 pada item 2 untuk pernyataan tingkat daya tarik produk wisata Pakuhaji dibandingkan produk wisata lainnya. Pada dimensi pemilihan merek yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,669 pada item 5 untuk pernyataan tingkat pemilihan berdasarkan citra daya tarik wisata Pakuhaji dan untuk nilai terendah sebesar 0,565 pada item 7 untuk pernyataan tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman terhadap wisata Pakuhaji.

Pada dimensi pemilihan penyaluran (*dealer*) yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,554 pada item 9 untuk pernyataan tingkat kemudahan akomodasi dalam menjangkau lokasi dan untuk nilai terendah sebesar 0,414 pada item 8 untuk pernyataan tingkat pembelian berdasarkan lokasi yang strategis. Pada dimensi pemilihan waktu kunjungan nilai tertinggi sebesar 0,611 pada item 12 untuk pernyataan waktu kunjungan berdasarkan promosi penjualan melalui program *discount* dan untuk nilai terendah sebesar 0,557 pada item 11 untuk pernyataan waktu kunjungan pada saat waktu luang.

Pengukuran validitas pada dimensi pemilihan jumlah kunjungan yang menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,616 pada item 13 untuk pernyataan tingkat frekuensi berkunjung ke daya tarik wisata dalam kurun waktu satu tahun dan

Nova Kurnia Putri, 2012
Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

untuk nilai terendah sebesar 0,417 pada item 14 untuk pernyataan tingkat jumlah tiket wahan permainan yang di beli.

3.6.2.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145), reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan keterandalan tertentu. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus alpha. Rumus alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian (Suharsimi Arikunto, 2009:196).

Koefisien *Alpha Cronbach* (C_{α}) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

r_1 = Reliabilitas instrument

K = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians butir
Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

σ^2 = Varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \left[\frac{\sum x^2}{N} \right]}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:184)

Keterangan:

σ^2 = Varians

$\sum X$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat kesalahan 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Hasil pengujian uji reliabilitas yang terdiri pengembangan produk wisata yang terdiri dari atraksi wisata, fasilitas akomodasi, fasilitas transportasi, sumber daya manusia dan fasilitas pelayanan dengan keputusan berkunjung yang terdiri dari pilihan produk/jasapemilihan merek, pemilihan penyaluran, pemilihan waktu kunjungan dan pemilihan jumlah kunjungan . Pengujian tersebut menggunakan SPSS 16.0 model *product moment* (Pearson) dapat dikatakan reliabel. Hal tersebut

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

dikarenakan nilai reliabilitas untuk kedua variabel tersebut sebesar 0,872 dan 0,746 lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,70.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	Pengembangan Produk Wisata	0,872	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung	0,746	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2012

3.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif, bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu signifikansinya (Sugiyono, 2008:144). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *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 indikator variable. Kemudian variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan. Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Melalui bantuan alat statistik untuk mengeloh data.

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, yaitu:

1. Tanggapan wisatawan nusantara mengenai pengembangan produk wisata di objek wisata Pakuhaji yang terdiri dari atraksi wisata dan kegiatan wisata yang menjadi objek/daya tarik wisata, fasilitas akomodasi beserta pelayanannya, fasilitas transportasi dan pelayanan lainnya, sumberdaya manusia, fasilitas pelayanan lainnya, dan unsur-unsur institusional
2. Tanggapan wisatawan nusantara mengenai keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan citra destinasi, pengalaman, tujuan wisata, waktu dan biaya.



3.2.8 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multiple regression* (regresi berganda). Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Untuk menetapkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang lima variabel tersebut. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X yaitu pengembangan produk wisata yang terdiri dari atraksi wisata dan kegiatan wisata yang menjadi objek/daya tarik wisata (X_1), fasilitas akomodasi beserta pelayanannya (X_2), fasilitas transportasi dan pelayanan lainnya (X_3), sumberdaya manusia (X_4), fasilitas pelayanan lainnya (X_5). Sedangkan variabel terikat (Y)

adalah keputusan berkunjung, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung.

Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1). MSI (*Method of Successive Interval*)

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 cara MSI. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

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

$$ScaleValue = \frac{(DensityAtLowerLimit) - (DensityAtUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

- f. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : } score = scale\ value_{\text{minimum}} + 1$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan pasangan data variabel independent dan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

2. Teknik Analisa Korelasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal. Hasil analisis regresi berganda adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel independen beserta dimensi turunan. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi variabel dependen dengan suatu persamaan. selanjutnya dalam regresi berganda selain mengukur pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih beserta dimensi dari Variabel X, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan dimensi variabel independen dengan variabel dependen. Variabel dependen diasumsikan random, yang berarti mempunyai distribusi probabilitistik. Sedangkan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

TABEL 3.6
KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Sumber : Sugiyono (2008:250)

Uji asumsi regresi

1. Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sulianto (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 ke kanan atas. menurut Sulianto (2005:67) dilakukan sebagai berikut.

- a. Masukkan data yang akan diuji normalitas di *data view*, sedangkan di *variable view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu *regression*, kemudian klik *liner*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*.
- b. Klik *plots*, lalu pada y pilih *dependent* sedangkan x diisi *zresid*. Pada *standardized residual plots* klik histogram dan *normal probability plot*, lalu *continue*.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Pada penelitian ini digunakan metode *park gleyser*, gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

regresi dari masing-masing variable independen terhadap nilai absolut residunya

(e). Menurut Sulianto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

- a. Masukkan data yang akan diuji heteroskedastisitas di *data view*, sedangkan di *variable view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu *regression*, kemudian klik *liner*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*.
- b. Klik save pada residual klik unstandardized, abaikan pilihan lain, lalu klik transform, target variabel diisi dengan abresid, lalu numeric expression diisi dengan ABS (res_1), klik OK
- c. Tampak pada data view, terjadi penambahan 2 kolom sebagai akibat proses perhitungan diatas sebagai berikut, klik *analyze*, lalu *regresion*, lalu linier, masukkan variabel abresid, Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*, abaikan pilihha lain lalu tekan OK. Menurut Sulianto (2005:73), jika nilai probabilitasnya lebih besar dari nilai alphanya (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, yaitu terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian ini digunakan nilai VIF dengan bantuan program SPSS yang menurut Sulianto (2005:73) dilakukan sebagai

berikut:

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

- a. Masukkan data yang akan diuji multikolinieritas di *data view*, sedangkan di *variable view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu *regression*, kemudian klik *linear*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent*, dan variabel x pada kotak *independent*. Klik statistics pada regression coefficient
- b. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*
- c. Pada coefficients model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai $VIF < 10$ dan *output* pada *coefficients correlations* model dikatakan tidak terjadi multikolinier karena nilai korelasi antar variabel bebasnya $< 0,5$.

Persamaan regresi berganda dirumuskan :

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

Keterangan :

- a = Harga Y, jika X = 0
- b = Angka arah koefisien berganda
- X₁, = Atraksi wisata dan kegiatan wisata
- X₂ = Fasilitas akomodasi beserta pelayanannya
- X₃ = Fasilitas transportasi
- X₄ = Sumber daya manusia (SDM)
- X₅ = Fasilitas pelayanan lainnya

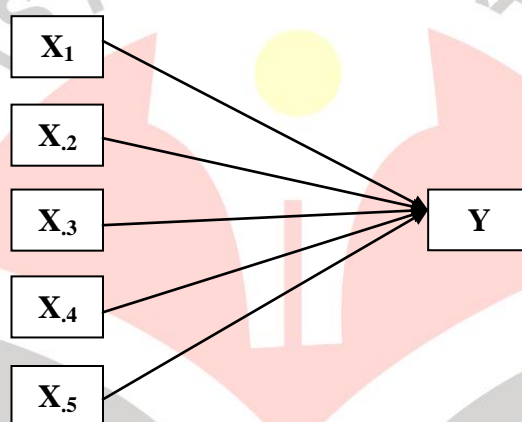
Menurut Sugiyono (2008:277), pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda bertujuan untuk dapat menganalisis bagaimana keadaan (naik turunnya)

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Analisis regresi ganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan :

- X_1 = Atraksi wisata
- X_2 = Fasilitas akomodasi
- X_3 = Fasilitas transportasi
- X_4 = Sumber daya manusia (SDM)
- X_5 = Fasilitas pelayanan
- Y = Keputusan Berkunjung

3.7.3 Pengujian Hipotesis

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antar variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student* (t_{student}). Rumus dari distribusi t student sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2009:132)

Keterangan :

t = distribusi *student*

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyak data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- a. Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima maka H_0 ditolak.

Pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk ($n-2$). Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata Pakuhaji

$H_a : \rho \neq 0$, artinya terdapat pengaruh pengembangan produk wisata terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata Pakuhaji

Nova Kurnia Putri, 2012

Pengembangan produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Pakuhaji Di Bandung Barat