

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Prosedur Penelitian

Pada prinsipnya penelitian merupakan langkah penyaluran hasrat ingin tahu manusia terhadap keilmuan. Dengan kata lain penelitian merupakan kegiatan yang berorientasi pada sikap ingin mencari pemecahan suatu masalah dengan benar, dalam pelaksanaan suatu penelitian dapat dilakukan dengan cara praktis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan disesuaikan dengan permasalahan yang akan di teliti supaya dapat dengan segera mendapatkan jawaban yang akurat.

Metode adalah cara atau jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan. Tujuan penelitian adalah mengungkapkan, menggambarkan dan menyimpulkan hasil pemecahan masalah mengenai cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitian. Penggunaan metode tergantung pada tujuan yang hendak dicapai dengan kata lain penggunaan suatu metode harus dilihat dari sudut sejauh mana efektivitas suatu metode, efisiensinya dan relevan tidaknya.

Suatu metode dikatakan efektif apabila selama pelaksanaan metode terlihat adanya perubahan yang positif menuju pada tujuan yang diharapkan sedangkan suatu metode dikatakan efisien apabila penggunaan waktu, fasilitas, biaya dan tenaga dapat ditekan sehemat mungkin namun mencapai hasil yang maksimal sedangkan relevan tidaknya suatu metode bisa dilihat dari kegunaan atau manfaatnya metode tersebut, jika antara waktu pengolahan, hasil pengolahan

dengan tujuan yang hendak dicapai tidak terjadi penyimpangan, maka metode tersebut relevan atau sesuai.

Sesuai dengan masalah yang akan diteliti adalah mengenai Strategi Pemasaran terhadap Sikap Pengunjung Obyek Wisata Ciwangun Indah Camp, maka metode yang sesuai dengan penelitian ini adalah metode deskriptif.

Ada pula penjelasan serta pandangan lain mengenai metode deskriptif yang dijelaskan oleh Sudjana dan Ibrahim (2000: 64) sebagai berikut:

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dengan perkataan lain, penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan.

Pendapat tersebut memberikan pandangan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian dengan tujuan untuk menggambarkan suatu peristiwa pada saat sekarang yang nampak dalam suatu situasi. Metode deskriptif memiliki ciri-ciri seperti yang dijelaskan oleh Surakhmad (1990: 140) sebagai berikut:

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis (karenanya metode ini sering disebut dengan metode analitik).

Berdasarkan ciri-ciri metode deskriptif tersebut dapat penulis jelaskan bahwa dalam penelitian ini data yang diperoleh itu dikumpulkan, disusun, dijelaskan, dan di analisis. Ini bertujuan untuk memudahkan penulis dalam memperoleh gambaran yang jelas sehingga tujuan dari penelitian ini tercapai seperti yang diharapkan.

B. Lokasi Penelitian

Untuk meneliti masalah ini, penulis menentukan obyek penelitian di Ciwangun Indah Camp yang berlokasi di Kabupaten Bandung Barat. Ciwangun Indah Camp mulai dirintis pada awal bulan Agustus 2006. Soft Launching pada 05 September 2006 dan Grand Launching pada 05 September 2007. Adalah H. Kosasih, seorang putra daerah yang mempunyai ide untuk mengembangkan sebuah kampung kecil, yaitu Ciwangun untuk menjadi sebuah tempat tujuan wisata.

C. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan tentang cara, proses, dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan dengan mudah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Desain penelitian ini berfungsi untuk memberikan jalan dan arah dari proses penelitian. Gambar arah dan kegiatan penelitian akan tercantum dalam desain penelitian, sehingga hal ini akan membantu peneliti dalam upaya memecahkan masalah penelitian yang telah dirumuskan.

Bentuk desain penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:



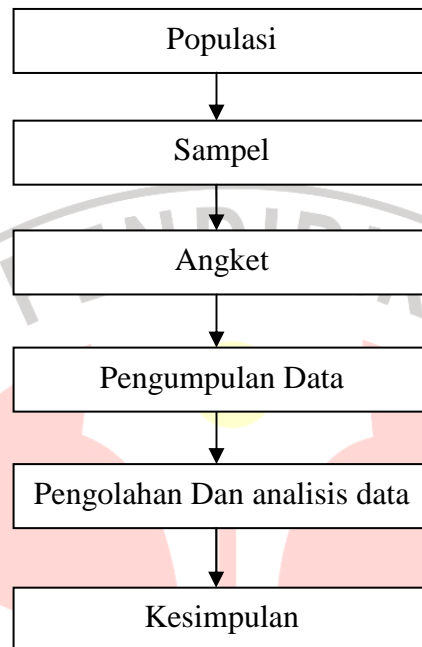
Gambar 3.1
Desain Penelitian

Keterangan :

X = Strategi Pemasaran

Y = Sikap Pengunjung

Bagan 3.1
Langkah-langkah penelitian



D. Populasi dan Sampel

Dalam suatu penelitian ilmiah diperlukan data, oleh sebab itu perlu untuk menentukan populasi dan sampel yang akan menjadi sumber data. Untuk populasi penelitian ini, penulis menggunakan sejumlah data dari pihak pengunjung dan pemasaran obyek wisata Ciwangun Indah Camp.

Penentuan populasi sangat penting dalam suatu penelitian, karena populasi merupakan objek yang akan diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:108), "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian". Hal ini sesuai dengan pendapat Sudjana (2002:6) 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.

Dari penjelasan di atas, dapat digambarkan oleh penulis bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sumber data dari suatu penelitian yang mempunyai karakteristik dan dapat diukur baik secara kuantitatif. Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah pemasaran dan pengunjung obyek wisata Ciwangun Indah Camp. Jumlah populasi pemasaran enam orang. Sedangkan jumlah populasi pengunjung yang penulis ambil pada hari minggu sebanyak 300 orang. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis kelamin, yaitu jenis kelamin pria atau wanita yang dijadikan sampel atau responden
2. Usia, yaitu tingkat umur dari responden
3. Pekerjaan, yaitu jenis pekerjaan yang menjadi sumber kehidupan responden

Langkah berikutnya adalah menentukan sampel, Suharsimi Arikunto (2002:109) mengemukakan mengenai pengertian sampel sebagai berikut, “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Adapun cara dalam menentukan jumlah sampel khususnya sampel pengunjung sebagai sumber data, penulis menggunakan teknik sampel random atau sampel acak. Sebagaimana menurut Suharsimi Arikunto (2002:117) sebagai berikut:

Teknik sampling ini diberi nama demikian karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka

peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.

Mengenai jumlah sampel anggota yang penulis ambil, mengingat kepada keterbatasan waktu dan biaya, maka penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 10% dari jumlah rata-rata populasi sebanyak 300 anggota. Dasar pengambilan jumlah sampel menurut Arikunto (2002:111) adalah :

Untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidaknya-tidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang risikonya besar, tentu saja jika sampel besar, hasilnya akan lebih baik.

Dengan demikian, sampel yang penulis ambil dari jumlah populasi sebanyak 30 pengunjung dan enam orang pemasaran obyek wisata Ciwangun Indah Camp. Sampel diambil secara random atau acak dengan strata umur yang akan dijadikan obyek penelitian ialah umur ≥ 16 tahun.

E. Instrumen Penelitian

Untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian diperlukan alat yang disebut instrumen. Menurut Sugiyono (2009:102) menjelaskan bahwa: “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Instrumen penelitian menurut Arikunto (2002:219) adalah “alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data.”

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang digunakan dalam penelitian terutama berkaitan dengan proses pengumpulan data. Berkaitan dengan penelitian ini, maka instrumen dalam penelitian ini adalah angket strategi pemasaran dan angket sikap pengunjung.

1. Angket

Sehubungan dengan angket atau kuisisioner dijelaskan oleh Arikunto (2002:124) sebagai berikut: “Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.” Angket yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran tentang hubungan strategi pemasaran terhadap sikap pengunjung obyek wisata Ciwangun Indah Camp.

Angket dalam penelitian ini terdiri dari komponen atau variabel, sub komponen, indikator-indikator dan pernyataan. Butir-butir pertanyaan atau pernyataan itu merupakan gambaran tentang hubungan strategi pemasaran dan sikap pengunjung. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang berstruktur dengan pernyataan yang bersifat tertutup. Maksud angket berstruktur ini adalah angket yang disusun dengan sejumlah jawaban yang telah disediakan sebagai pilihan responden, untuk dipilih sesuai dengan pendiriannya. Oleh karena itu, responden tidak diharapkan menambah jawaban dengan uraian yang lebih lanjut.

Penulis menggunakan angket sebagai alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini karena memiliki beberapa keuntungan. Mengenai keuntungan angket dijelaskan oleh Arikunto (2002:125) sebagai berikut :

- a. Tidak memerlukan hadirnya peneliti.
- b. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
- c. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden.
- d. Dapat dibuat anonym sehingga responden bebas jujur dan tidak malu-malu menjawab.
- e. Dapat dibuat berstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

a. Menyusun kisi-kisi angket

Untuk memudahkan dalam penyusunan butir-butir pertanyaan atau pernyataan angket serta alternatif jawaban yang tersedia, maka dibuatlah kisi-kisi. Kisi-kisi angket penelitian ini didasarkan pada penjelasan para ahli sebagai berikut : Kotler (1997) menjelaskan empat strategi pemasaran yang utama, yaitu: Strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi.

Adapun kisi-kisi angket penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Angket Yang Diuji Cobakan pada
Pengunjung Obyek Wisata Ciwangun Indah Camp

Variabel	Sub variabel	Indikator	No. Soal
Strategi Pemasaran	Strategi Produk	1. Produk yang ditawarkan	1
		2. Fasilitas outbound yang ditawarkan	2,3
		3. Fasilitas penginapan yang ditawarkan	4
		4. Penawaran produk lain	5,6,7
		5. Kelayakan obyek wisata	8
	Stratrgi harga	1. Harga tiket masuk	9, 10,
		2. Harga paket outbound	11,
		3. Harga penginapan	12,
		4. Kesesuaian harga dengan fasilitas	13, 14
	Strategi Distribusi	1. Lokasi obyek wisata	15, 16
		2. Jarak lokasi dengan pengunjung	17,
		3. Akses jalan yang ditempuh	18,
	Strategi Promosi	1. Alasan pengunjung datang dan memakai obyek wisata	19, 20, 21, 22, 23

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Angket Yang Diuji Cobakan pada
Pemasaran Obyek Wisata Ciwangun Indah Camp

Variabel	Sub variabel	Indikator	No. Soal
Strategi Pemasaran	Strategi Produk	1. Variatif produk yang dihasilkan	1
		2. Penawaran produk lain	2,3
		3. Fasilitas outbound yang ditawarkan	4
		4. Terdapat produk tambahan dan yang yang diharapkan pengunjung	5,6
		5. Fasilitas pendukung	7
	Stratrgi harga	1. Kebijakan harga	8, 9
		2. Harga paket outbound	10
		3. Harga penginapan	11
		4. Kualitas harga mampu bersaing	12, 13
		5. Potongan harga bagi rombongan	14
	Strategi Distribusi	1. Keberadaan lokasi	15
		2. Cara mendatangi lokasi	16
		3. Akses jalan	17
		4. Akses angkutan umum	18
		5. Asuransi	19
		6. Keamanan	20
		7. Layanan informasi	21
		8. Pelayanan	22
	Strategi Promosi	1. Promosi iklan	23
		2. <i>Sales promotion</i>	24
		3. Teknik promosi	25, 26, 27, 28

Skala yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah skala penilaian yang dibuat oleh Likert. Mengenai skala Likert ini dijelaskan oleh Sugyono (2009:38) bahwa:

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Untuk menentukan seberapa skor yang diperoleh, subjek diminta untuk menjawab sesuai dengan apa yang paling dirasakan atau paling dihayati subjek. Pada setiap pernyataan telah disediakan lima alternative jawaban mulai dari Sangat setuju (SS) dengan nilai 5 untuk pernyataan positif dan 1 untuk pernyataan negatif, setuju (S) dengan nilai 4 untuk pernyataan positif dan 2 untuk pernyataan negatif, ragu-ragu (R) dengan nilai 3 untuk pernyataan positif dan negatif, tidak setuju (TS) dengan nilai 2 untuk pernyataan positif dan 4 untuk pernyataan negatif, sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1 untuk pernyataan positif dan 5 untuk pernyataan negatif. Skor setiap jawaban disesuaikan dengan alternative jawaban pilihan yang bergerak antara 1-5. Untuk memudahkan menghitung data statistik,

Tabel: 3.3
Kriteria Penilaian Kuisisioner

Jawaban	Skor item Positif	Skor item Negatif
1. Sangat Setuju (SS)	5	1
2. Setuju (S)	4	2
3. Ragu-Ragu (R)	3	3
4. Tidak Setuju (TS)	2	4
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

F. Uji Coba Angket

Untuk melakukan penelitian ini kiranya perlu dipilih instrument penelitian yang tepat, untuk itu penulis menggunakan angket strategi pemasaran sebagai instrument pertama untuk mendapatkan data mengenai strategi pemasaran, yang kedua penulis menggunakan angket sikap pengunjung untuk mengetahui sikap pengunjung. Kedua instrument tersebut dipilih karena dirasa paling tepat untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh penulis.

Untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas angket, maka penulis melakukan uji coba angket terlebih dahulu. Uji coba angket ini diberikan kepada pengunjung dan pengelola di Obyek Wisata Ciwangun Indah Camp.

G. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui kesahihan dan keterandalan dari tiap butir soal, uji validitas instrumen yang di gunakan adalah uji validitas internal butir dengan mengkorelasikan antara skor butir soal dengan skor total responden, sedangkan untuk uji reliabilitas instrumen penulis menggunakan rumus korelasi *product moment*.

1. Validitas

Uji validitas instrumen dalam hal ini angket Strategi Permasaran terhadap sikap pengunjung obyek wisata Ciwangun Indah Camp berkenaan dengan alat ukur yang akan diukur, sehingga benar-benar mengukur apa yang hendak atau seharusnya diukur. Arikunto (2002:130) menjelaskan bahwa, “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan.”

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen yang telah di uji cobakan ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Memberikan skor pada masing-masing butir pernyataan.
- 2) Memberikan skor untuk keseluruhan jumlah butir pernyataan.
- 3) Menyusun skor dari skor yang didapat secara keseluruhan.
- 4) Untuk memudahkan penelitian, maka digunakan alat bantu yaitu SPSS 19 *for windows*.
- 5) Kriterianya, menurut Juliandi (2007: 7) “instrumen valid apabila nilai korelasi (pearson correlation) adalah positif, dan nilai probabilitas korelasi [sig. (2-tailed)] < taraf signifikan (α) sebesar 0,05.”

Untuk menguji validitas dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan uji coba angket kepada pengunjung 20 orang responden dengan 23 butir dan kepada pemasaran 6 orang responden dengan 28 butir. Hasil uji coba angket terdapat pada tabel 3.4 dan tabel 3.5.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Pada Pengunjung

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig	Status
1	0,570	0,009	Valid
2	0,455	0,044	Valid
3	0,631	0,003	Valid
4	0,730	0,000	Valid
5	0,513	0,021	Valid
6	0,506	0,023	Valid
7	0,646	0,002	Valid
8	0,634	0,003	Tidak Valid
9	0,504	0,024	Valid
10	0,540	0,014	Valid
11	0,663	0,001	Valid
12	0,465	0,039	Valid
13	0,484	0,031	Tidak Valid
14	0,714	0,000	Valid
15	0,472	0,036	Valid
16	0,524	0,018	Valid
17	0,511	0,021	Valid
18	0,146	0,539	Tidak Valid
19	0,526	0,017	Valid
20	0,046	0,847	Tidak Valid
21	0,568	0,009	Valid
22	0,825	0,000	Valid
23	0,351	0,130	Tidak Valid

**correlation is significant at the 0.05 level*

Menurut hasil perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang valid hanya 18 pernyataan saja karena pertanyaan 8, 13, 18, 20, 22 tidak valid. Jadi dalam penelitian ini hanya digunakan 18 pertanyaan.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Pada Pemasaran

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig	Status
1	0,904	0,024	Valid
2	0,840	0,014	Valid
3	0,863	0,001	Tidak Valid
4	0,865	0,039	Valid
5	0,824	0,018	Valid
6	0,911	0,021	Valid
7	0,875	0,001	Valid
8	0,826	0,017	Valid
9	0,868	0,009	Valid
10	0,882	0,001	Valid
11	0,849	0,002	Valid
12	0,884	0,007	Valid
13	0,909	0,004	Tidak Valid
14	0,909	0,004	Valid
15	0,850	0,047	Valid
16	0,822	0,018	Valid
17	0,273	0,244	Tidak Valid
18	0,875	0,001	Valid
19	0,826	0,017	Valid
20	0,868	0,009	Valid
21	0,825	0,000	Valid
22	0,389	0,090	Tidak Valid
23	-0,013	0,956	Tidak Valid
24	0,904	0,024	Valid
25	0,840	0,014	Valid
26	0,863	0,001	Valid
27	0,865	0,039	Valid
28	0,359	0,120	Tidak Valid
<i>*correlation is significant at the 0.05 level</i>			

Menurut hasil perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang valid hanya 22 pernyataan saja karena pertanyaan 3, 13, 17, 22, 23, 28 tidak valid. Jadi dalam penelitian ini hanya digunakan 22 pertanyaan.

2. Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuisisioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Instrumen (kuesioner) yang handal berarti mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan belah dua skor pertanyaan awal akhir. Dengan teknik korelasi *Sperman Brown*. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_y = \frac{2 \cdot r_{12}}{1 + r_{12}}$$

Keterangan:

r_y = koefisien korelasi reliabilitas spearman brown

r_{12} = koefisien korelasi antar kedua belahan

Untuk mempermudah penelitian, peneliti menggunakan alat bantu SPSS 19 *for windows*, Reliabilitas kedua angket dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Pada Pengunjung

Cronbach's Alpha	N of Items
0,894	23

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Pada Pemasaran

Cronbach's Alpha	N of Items
0,731	28

Menurut Kaplan dan Saccuzo (1993:1-24) koefisien reliabilitas yang paling baik untuk digunakan dikisaran 0,7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang signifikan.

H. Prosedur Pengolahan dan Teknik Analisis Data

Untuk menjadikan data yang diperoleh mengandung arti dan dapat menjawab permasalahan yang diteliti, maka salah satu usahanya adalah mengolah dan menganalisa data tersebut. Langkah-langkah dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Menyeleksi data. Setelah angket terkumpul dari para sampel sebagai sumber data, maka harus diseleksi untuk memeriksa keabsahan pengisian angket. Mungkin saja terdapat sebagian butir pernyataan dalam angket yang tidak diisi oleh responden.
2. Memberikan skor pada tiap-tiap butir pernyataan dalam angket dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Untuk pernyataan: SS=5, S=4, R=3, TS=2 dan STS =1
 - b. Mengelompokkan setiap butir pernyataan.
 - c. Menjumlahkan nilai seluruh pernyataan untuk tiap butir pernyataan.
 - d. Menganalisa data, yaitu untuk memperoleh kesimpulan yang dapat dipercaya.

Untuk mengetahui atau memperoleh hasil pengolahan data sehingga dapat menggambarkan masalah yang diungkap, yaitu mengenai strategi pemasaran

terhadap sikap pengunjung, maka penulis menggunakan teknik penghitungan data dengan rumus sebagai berikut:

Mengenai teknik analisis data berupa persentase, rumusnya adalah :

$$P = \frac{\sum X_1}{\sum X_n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Jumlah atau besarnya persentase

$\sum X_1$ = Jumlah skor aktual

$\sum X_n$ = Jumlah skor ideal

Untuk memberikan kriteria pada hasil persentase data yang diperoleh penulis mengacu kepada Arikunto (2002) dengan memberikan kriteria penilaian persentase sebagai berikut:

Tabel 3.8
Kriteria Penilaian

Penilaian (%)	Kriteria
80% - 100%	Baik Sekali
66% - 79%	Baik
56% - 65%	Cukup Baik
40% - 55%	Kurang Baik
30% - 39%	Sangat Kurang

Adapun prosedur pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menyetarakan jenis skor yang berbeda bobot skor nya dari data mentah menjadi menjadi skor baku atau standar. Mencari nilai T-skor masing-masing variabel dengan rumus:

$$T\text{-Skor} = 50 + 10 \left[\frac{X - \bar{X}}{S} \right]$$

Keterangan:

T-Skor = Skor standar yang dicari

X = Skor yang diperoleh seseorang

\bar{X} = nilai rata-rata

S = Simpangan baku

- b. Uji Normalitas variabel X dan variabel Y dengan menggunakan uji Normalitas Distribusi dengan pendekatan uji Liliefors.

Langkah-langkah yang di tempuh penulis adalah sebagai berikut :

- 1) Menyusun data hasil pengamatan, yang dimulai dari nilai pengamatan yang paling kecil sampai nilai pengamatan yang paling besar.
- 2) Untuk semua nilai pengamatan dijadikan angka baku Z dengan pendekatan Z-skor. Mencari nilai Z skor dengan rumus:

$$Z = \frac{X - \bar{X}}{S}$$

keterangan :

Z : Nilai Z yang dicari

X : Skor yang diperoleh seseorang

\bar{X} atau \bar{Y} : Nilai rata - rata

S : Simpangan baku

Σ : Menerangkan jumlah

n : Jumlah sampel

- 3) Mencari nilai F_{zi} dengan rumus

$$F_{zi} = 0,5 - Z$$

Keterangan :

F_{zi} : Nilai yang dicari
 0,5 : ketetapan
 Z : Nilai Z skor

- 4) Menentukan S_{zi} dengan cara melihat kedudukan nilai Z pada nomor urut sampel kemudian dibagi dengan banyaknya sampel.

- 5) Menghitung selisih antara $F_{zi} - S_{zi}$ dan menentukan harga mutlaknya

- 6) Menentukan nilai $L_o = L$ terbesar

Yaitu harga mutlak yang paling besar diantara harga mutlak dari seluruh sampel.

- 7) Dengan bantuan tabel nilai kritis L untuk uji lilliefors, maka tentukanlah nilai L.

Karena sampelnya 30 orang dan $\alpha = 0,05$ maka nilai L nya = 0,161

- 8) Membandingkan nilai L tersebut dengan nilai L_o untuk mengetahui diterima atau ditolak hipotesis, dengan kriteria:

- Terima H_o jika $L_o < L_{\alpha} = \text{Normal}$
- Terima H_i jika $L_o > L_{\alpha} = \text{Tidak Normal}$

- c. Untuk mengetahui homogen tidaknya maka digunakan pendekatan statistik uji homogenitas dua variansi (Nurhasan, 1999:49) sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{Varians terbesar}}{\text{variens terkecil}}$$

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesisnya adalah :

Tolak hipotesis (H_0) jika $F > F_{\alpha}$

Dalam hal lain H_0 diterima

- d. Untuk mengetahui koefisien korelasi variabel X dan variabel Y maka digunakan pengklasifikasian relasi menurut Sugiyono, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.9
Indeks Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0, 00 – 0, 199	Sangat Rendah
0, 20 – 0, 33	Rendah
0, 40 – 0, 599	Sedang
0, 60 – 0, 799	Kuat
0, 80 – 1, 00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2009:184)

Untuk Menguji signifikansi koefisien korelasi antara variable X dengan variabel Y sebagai berikut:

Mengkorelasikan Variabel X terhadap variabel Y, dan dengan menggunakan teknik skor berpasangan Nurhasan (2002:51-54) adalah sebagai berikut:

1. Mencari/menghitung nilai rata-rata dari variabel (x) dan variabel (y)

2. Menghitung nilai X_1 , dengan cara skor setiap subyek dikurangi dengan nilai rata-rata variabel (x)
3. Menghitung nilai Y_1 , dengan cara skor setiap subyek dikurangi dengan nilai rata-rata variabel (y)
4. Mencari nilai X_1^2 , dengan cara mengkuadratkan nilai yang terdapat pada kolom X_1 dari setiap subyek.
5. Mencari nilai Y_1^2 , dengan cara mengkuadratkan nilai yang terdapat pada kolom Y_1 dari setiap subyek.
6. Mencari $X_1 Y_1$, dengan cara mengkalikan angka-angka yang terdapat pada kolom X_1 dengan angka-angka yang terdapat pada kolom Y_1 dari setiap subyek
7. Menjumlahkan nilai-nilai X_1 , Y_1 dan $X_1 Y_1$
8. Mendistribusikan nilai-nilai tersebut, kedalam rumus koefisien korelasi Product Moment sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{\sum X_1 Y_1}{\sqrt{(\sum X_1)^2 (\sum Y_1)^2}}$$

Setelah teknik koefisien korelasi dilakukan, selanjutnya peneliti melakukan uji kebermaknaan (signifikansi) koefisien korelasi. Adapun langkah-langkah untuk melakukan uji kebermaknaan dari koefisien korelasi (r) adalah sebagai berikut:

- 1) Menulis H_0 dan H_1 dalam bentuk kalimat
- 2) Menulis H_0 dan H_1 dalam bentuk statistik

$$H_0 : r = 0$$

$$H_1 : r \neq 0$$

- 3) Mencari r_{tabel} dengan bantuan tabel r product moment
- 4) Menetapkan taraf kesalahan 5%
- 5) Menentukan kriteria pengujian taraf signifikansi korelasi, yaitu:

Jika $-r_{tabel} \leq r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan lainnya ditolak

atau korelasinya tidak signifikan.

- 6) Membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel}

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar derajat hubungan antara variabel X dan Y, penulis melakukan uji determinasi dengan rumus :

$$D = r^2 \times 100\% ; \text{ Dengan asumsi bahwa } 0 < r^2 < 1$$

Keterangan:

D = determinasi yang dicari

r^2 = koefisien korelasi

I. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan penuntun ke arah proses penelitian untuk menyelaraskan permasalahan yang harus dicari pemecahannya. Arikunto (2002) menyatakan bahwa : "Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya. Pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan verifikasi".

Berdasarkan pendapat diatas, maka hipotesisnya adalah:

Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara strategi pemasaran dengan sikap pengunjung.

Dengan syarat:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

