

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis variabel bebas atau *independent variable* dan variabel terikat *dependent variable*. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *destination branding* sebagai (X) yang terdiri dari (X₁) *culture*, (X₂) *history*, dan (X₃) *nature*, dan citra sebagai (Y) yang merupakan variabel tidak bebas yang terdiri dari *personality*, *reputation*, *value* (etnik), dan *destination identity*.

Objek penelitian ini adalah pendapat responden tentang pengaruh *Destination Branding* terhadap Pengembangan Citra Jakarta Sebagai “Destinasi Pariwisata”, sedangkan subjek penelitian ini adalah wisnus yang berkunjung ke Wisata Budaya (TMII), Wisata Sejarah (Monas) dan Wisata Alam Jakarta (Kepulauan Seribu) 2010.

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *cross sectional*. *Cross Sectional Method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu saja (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) (Husein Umar, 2008:45).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah *penelitian deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut pendapat Nazir (2007:55) metode

deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Aaker (2004:755) menjelaskan bahwa riset *deskriptif* adalah, " *research that usually is designed to provide a summary of some aspect of the environment when the hypotheses are tentative and speculative in nature*". Artinya riset yang biasanya didesain untuk menyajikan beberapa aspek yang bersifat tentatif dan spekulatif dalam suatu cakupan / bahasan.

Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Destination Branding* terhadap Citra Kota Jakarta. Oleh karena jenis penelitiannya yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*.

Menurut Sugiyono (2008:11) metode survei digunakan untuk mendapatkan data-data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian ini melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya. Metode survei 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 kuisisioner dan wawancara".

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif. Variabel terikat (*dependent variable/unpredictor variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *Destination Branding* dan Citra Kota Jakarta. Adapun sebagai variabel X adalah *Destination Branding* yang terdiri dari *Culture, History* dan *Nature*. Sedangkan Citra sebagai variabel Y yang terdiri dari *Personality, Reputation, Value/Ethnics*, dan *Destination Identity*.

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan data ordinal, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan cara *Method of Successive Interval* (MSI). Pada setiap ukuran di operasionalisasi variabel terdapat beberapa daya tarik wisata, secara keseluruhan tiga daya tarik wisata yang diteliti adalah Wisata Budaya Jakarta (TMII), Wisata Sejarah (MONAS) dan Wisata Alam (Kepulauan Seribu). Untuk lebih jelasnya maka disajikan pada tabel operasionalisasi variabel berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Destination Branding</i>	<p>“<i>Destination Branding</i> adalah nama, simbol, logo, kata, tanda atau gambar lain yang mengidentifikasi dan membedakan sebuah destinasi dengan destinasi lainnya, yang menyampaikan janji perjalanan pengalaman yang unik mengenai destinasi tersebut, tetapi juga berfungsi untuk mengkonsolidasikan dan memperkuat ingatan yang menyenangkan dari pengalaman yang didapat dari destinasi” (Goeldner et al., 2000:653)</p>				
<p><i>Culture (Wisata Budaya)</i></p> <p>TMII</p>	<p>Daya tarik wisata yang menampilkan atraksi wisata berupa pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan lainnya</p> <p>(<i>Iliachenko,2005:5</i>)</p>	Keunikan wisata budaya Jakarta	Tingkat keunikan wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.1
		Kemenarikan Wisata budaya Jakarta	Tingkat kemenarikan wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.2
		Keorisinalitasan Wisata budaya Jakarta	Tingkat keorisinalitasan Wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.3
		Ketersediaan fasilitas di wisata budaya Jakarta	1. Tingkat Ketersediaan fasilitas umum wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.4
			2. Tingkat kelengkapan fasilitas umum wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.5
			1. Tingkat ketersediaan fasilitas	<i>ordinally Scale</i>	III.a.6

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			pendukung wisata budaya Jakarta		
			2. Tingkat kelengkapan fasilitas pendukung wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.7
			1. Tingkat ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.8
		Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta	2. Tingkat kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.9
		Aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata budaya Jakarta	Tingkat aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata budaya Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.a.10
				<i>ordinally Scale</i>	
		Keunikan wisata sejarah Jakarta	Tingkat keunikan wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.11
		Kemenarikan sejarah Jakarta	Tingkat kemenarikan wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.12
		Keorisinalitasan daya tarik wisata sejarah Jakarta	Tingkat keorisinalitasan wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.13
<i>History (Wisata Sejarah)</i> Monas	Wisata sejarah merupakan daya tarik wisata yang menampilkan replika	Ketersediaan fasilitas di wisata sejarah Jakarta	1. Tingkat ketersediaan fasilitas umum di wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.14

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	dari peristiwa yang benar-benar terjadi pada masa lampau atau asal-usul (keturunan) atau silsilah lampau. (Iliachenko,2005:5)		2.Tingkat kelengkapan fasilitas umum di wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.15
			1.Tingkat ketersediaan fasilitas pendukung wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.16
			2.Tingkat kelengkapan fasilitas pendukung wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.17
		Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata sejarah Jakarta	1.Tingkat ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.18
			2.Tingkat kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.19
		Aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata sejarah Jakarta	Tingkat aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata sejarah Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.b.20
		Nature (Wisata Alam) Kepulauan Seribu	Wisata alam merupakan daya tarik wisata yang menampilkan keindahan alami yang diberikan Sang Pencipta yang tidak dapat ditandingi oleh manusia (Iliachenko,	Keunikan daya tarik wisata alam Jakarta	Tingkat keunikan wisata alam Jakarta
Kemenarikan wisata alam Jakarta	Tingkat kemenarikan wisata alam Jakarta			<i>ordinally Scale</i>	III.c.22
Keorisinalitasan wisata alam Jakarta	Tingkat keorisinalitasan Wisata alam Jakarta			<i>ordinally Scale</i>	III.c.23

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	2005:5)		1. Tingkat ketersediaan fasilitas umum di wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.24
		Ketersediaan fasilitas di wisata alam Jakarta	2. Tingkat kelengkapan fasilitas umum di wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.25
			1. Tingkat ketersediaan fasilitas pendukung wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.26
			2. Tingkat kelengkapan fasilitas pendukung wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.27
			1. Tingkat ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.28
			2. Tingkat kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.29
		Aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata alam Jakarta	Tingkat aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata alam Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	III.c.30

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Citra	Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. (Sukatendel dalam Ardiant, 2005:18)			<i>ordinally Scale</i>	
		<i>Personality</i> (Kepribadian):	Tingkat pengetahuan terhadap Jakarta sebagai Daerah Tujuan pariwisata	<i>ordinally Scale</i>	IV.a.31
			Tingkat kepercayaan terhadap Jakarta sebagai Daerah Tujuan pariwisata	<i>ordinally Scale</i>	IV.a.32
		<i>Reputation</i> (Reputasi)	Tingkat keyakinan terhadap Jakarta sebagai Daerah Tujuan pariwisata	<i>ordinally Scale</i>	IV.b.33
			Tingkat kesuksesan Jakarta sebagai Daerah Tujuan pariwisata	<i>ordinally Scale</i>	IV.b.34
		<i>Value</i> (Etnik):	Tingkat kualitas sikap/perilaku pegawai setiap Daya Tarik wisata di Jakarta terhadap pengunjung	<i>ordinally Scale</i>	IV.c.35
			Tingkat pelayanan yang diberikan	<i>ordinally Scale</i>	IV.c.36

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			setiap Daya Tarik wisata di Jakarta		
		<i>Destination Identity</i> (Identitas destinasi):	Tingkat Pengetahuan terhadap slogan Jakarta	<i>ordinally Scale</i>	IV.d.37
			Tingkat daya tarik <i>slogan Jakarta</i>	<i>ordinally Scale</i>	IV.d.38
			Tingkat kesesuaian <i>slogan Jakarta</i>	<i>ordinally Scale</i>	IV.d.39

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Asep Hermawan (2005: 168) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data yang merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variable-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa

diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet *website*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder.

Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis data	Jenis data	Sumber data
1	Tingkat Kunjungan Wisman Dan Wisnus Ke Jakarta:	Sekunder	Sumber: BPS DKI Jakarta 2008
2	Kategori Objek Wisata Program “Enjoy Jakarta”	Sekunder	Sumber: http://jakarta-tourism.go.id
3	Tanggapan winus tentang citra Jakarta	Primer	Wisnus
4	Tanggapan wisnus mengenai <i>Destination Branding</i> “Enjoy Jakarta”	Primer	Wisnus

Sumber: Data Primer, Diolah Kembali

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Malthora (2005:364) mengemukakan bahwa "Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran". Sedangkan menurut Kuncoro (2003:103) mengemukakan bahwa populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Sedangkan disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian.

Populasi sasaran pada penelitian ini adalah wisnus yang berkunjung ke TMII (Wisata Budaya), Monas (Wisata Sejarah) dan Kepulauan Seribu (Wisata Alam) Jakarta, yaitu jumlah wisnus pada tahun 2009 adalah 5.028.802 (Diparbud DKI Jakarta, 2009). Penyebaran angket di tiga tempat tersebut dimaksudkan untuk memudahkan penyebaran angket pada populasi sasaran, yaitu mendapatkan validitas data dari responden yang sedang berkunjung ke-tiga tempat tersebut. Berikut proposisi populasi wisnus di wisata budaya, wisata sejarah dan wisata alam Jakarta:

TABEL 3.3
PROPOSISI POPULASI WISNUS DI AREA WISATA BUDAYA, WISATA
SEJARAH DAN WISATA ALAM JAKARTA 2009

NO	WISNUS	JUMLAH
1.	Taman Mini Indonesia Indah (TMII)	4.009.032
2.	Monumen Nasional (Monas)	977.445
3.	Kepulaua Seribu	42.325
	TOTAL	5.028.802

Sumber: Diparbud DKI 2010

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka karena itulah 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 (2008:73), yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Mengenai ukuran sampel menurut Sitepu (1994: 108-109) dapat ditempuh melalui beberapa tahap perhitungan. Pada langkah pertama menentukan perkiraan harga koefisien korelasi (ρ) terkecil diantara variabel bebas dengan variabel terikat. Kedua, menentukan taraf nyata (α) 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

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

Keterangan:

ρ = 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

α = Tingkat signifikansi

β = 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 pengaruh *Destination Branding* terhadap citra Kota Jakarta 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 $U' \rho$

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

Maka

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

$$n_1 = 116$$

2. Menghitung U_ρ

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

Karena n_1 dan n_2 telah mencapai harga yang sama yaitu 116, maka ukuran sampel minimal sebesar 116 wisnus. Menurut Sugiyono (2008:129) bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah, hal ini lebih aman daripada kurang. Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 120 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2008:217), Teknik Sampling adalah “merupakan teknik pengambilan sampel”. Dalam penelitian, dilakukan penarikan sampel sistematis, menurut Asep Hermawan (2005:153) dalam sistematis sampling populasi dibagi dengan ukuran sampel yang diperlukan (n) dan sampel diperoleh dengan cara mengambil setiap subjek ke- n . Sedangkan menurut Sugiyono (2008: 121) Sampling

sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan mengambil nomor ganjil, genap, atau kelipatan dari bilangan tertentu. Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisnus yang berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Monumen Nasional (Monas) dan Kepulauan Seribu.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Monumen Nasional (Monas) dan Kepulauan Seribu.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan dalam pengambilan *sampling* oleh peneliti adalah pada saat waktu libur sekolah yaitu pada bulan Juli, pada hari Jumat, Sabtu dan Minggu pada pukul 09.00-15.00 (rentang waktu kepadatan pengunjung).
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*. Sampel minimal sebesar 116 orang wisnus kemudian ditambahkan 4 menurut rumus iterasi dan Sugiyono (2008:129) bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah, hal ini lebih aman daripada kurang. Maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 120 orang. Penambahan 4 orang wisnus ditambahkan pada wisnus yang berkunjung ke Kepulauan seribu, agar jumlah

proporsi penyebaran angket representatif. Berikut penyebaran proporsi sampel wisnus:

Tabel 3.4
Penyebaran Proposisi Sampel Wisnus Di Area Wisata Budaya, Wisata Sejarah Dan Wisata Alam Jakarta

No	Wisnus	Perhitungan	Sampel
1.	Taman Mini Indonesia Indah (TMII)	$4.009.032/5.028.802 \times 116$	92
2.	Monumen Nasional (Monas)	$977.445/5.028.802 \times 116$	23
3.	Kepulauan Seribu	$42.325/5.028.802 \times 116 + 4$	5
		TOTAL	120

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Studi literatur

Studi literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti yang terdiri dari *destination branding* dan citra.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data mengenai penyebaran seperangkat daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadikan anggota sampel.

3. Wawancara atau *Interview*

Yaitu digunakan untuk memperoleh data dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan responden yang terpilih melalui daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya sebagai pedoman wawancara.

4. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Kota Jakarta, khususnya mengenai program *Destination branding “Enjoy Jakarta”* yang dilaksanakan dan pengaruhnya terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”

TABEL 3.5
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik pengumpulan data	Sumber data
1.	Studi literature	<i>Destination Branding</i> dan Citra
2.	Kuesioner	Wisnus yang berkunjung ke Jakarta
3.	Wawancara	Wisnus yang berkunjung ke Jakarta
4.	Observasi	Aktivitas pengembangan citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata” melalui <i>destination branding “Enjoy Jakarta”</i>

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai

validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah (Suharsimi Arikunto, 2009:145).

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus mempunyai dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi, untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan data ordinal, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan cara *Method of*

Successive Interval (MSI). Untuk dapat diolah menjadi analisis regresi, data ordinal yang biasanya didapat dengan menggunakan skala likert, (skor kuesioner), maka terlebih dahulu data ini harus ditransformasikan menjadi data interval salah satu cara yang dapat digunakan adalah MSI.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009:170})$$

Dimana :

r = koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan

X = skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = jumlah sampel

Uji validitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical product for Service Solution*)18.0.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

NO	PERNYATAAN	r hitung	r tabel	Ket
	<i>CULTURE</i>			
1	Keunikan daya tarik wisata budaya Jakarta	0.672	0.374	Valid
2	Kemenarikan daya tarik wisata budaya Jakarta	0.706	0.374	Valid
3	Keorisinalitasan Daya Tarik Wisata budaya Jakarta	0.728	0.374	Valid
4	Ketersediaan fasilitas umum wisata budaya Jakarta	0.575	0.374	Valid
5	Kelengkapan fasilitas umum wisata budaya Jakarta	0.580	0.374	Valid
6	Ketersediaan fasilitas pendukung wisata budaya Jakarta	0.526	0.374	Valid
7	Kelengkapan fasilitas pendukung wisata budaya Jakarta	0.707	0.374	Valid
8	Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta	0.667	0.374	Valid
9	Kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta	0.572	0.374	Valid
10	Kemenarikan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata budaya Jakarta	0.374	0.374	Valid
	<i>HISTORY</i>			
11	Keunikan daya tarik wisata sejarah Jakarta	0.541	0.374	Valid
12	Kemenarikan daya tarik wisata sejarah Jakarta	0.616	0.374	Valid
13	Keorisinalitasan Daya Tarik Wisata sejarah Jakarta	0.389	0.374	Valid
14	Ketersediaan fasilitas umum wisata sejarah Jakarta	0.411	0.374	Valid
15	Kelengkapan fasilitas umum wisata sejarah Jakarta	0.374	0.374	Valid
16	Ketersediaan fasilitas pendukung wisata sejarah Jakarta	0.538	0.374	Valid
17	Kelengkapan fasilitas pendukung wisata sejarah Jakarta	0.451	0.374	Valid
18	Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata sejarah Jakarta	0.544	0.374	Valid

19	Kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata sejarah Jakarta	0.673	0.374	Valid
20	Kemenarikan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata sejarah Jakarta	0.536	0.374	Valid
NATURE				
21	Keunikan daya tarik wisata alam Jakarta	0.599	0.374	Valid
22	Kemenarikan daya tarik wisata alam Jakarta	0.524	0.374	Valid
23	Keorisinalitasan Daya Tarik Wisata alam Jakarta	0.698	0.374	Valid
24	Ketersediaan fasilitas umum wisata alam Jakarta	0.601	0.374	Valid
25	Kelengkapan fasilitas umum wisata alam Jakarta	0.594	0.374	Valid
26	Ketersediaan fasilitas pendukung wisata alam Jakarta	0.631	0.374	Valid
27	Kelengkapan fasilitas pendukung wisata alam Jakarta	0.503	0.374	Valid
28	Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata alam Jakarta	0.448	0.374	Valid
29	Kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata alam Jakarta	0.398	0.374	Valid
30	Kemenarikan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata alam Jakarta	0.413	0.374	Valid
PERSONALITY				
1	Pengetahuan Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”	0.610	0.374	Valid
2	Kepercayaan terhadap Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”	0.410	0.374	Valid
REPUTATION				
33	Keyakinan terhadap Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”	0.685	0.374	Valid
34	Kesuksesan Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”	0.580	0.374	Valid
VALUE/ETNIK				
35	Sikap/perilaku pegawai setiap daya tarik wisata di Jakarta	0.681	0.374	Valid

36	Pelayanan yang diberikan oleh setiap daya tarik wisata di Jakarta	0.590	0.374	Valid
<i>DESTINATION IDENTITY</i>				
37	Pengetahuan terhadap <i>slogan</i> Jakarta	0.633	0.374	Valid
38	Daya tarik <i>slogan</i> Jakarta	0.535	0.374	Valid
39	Kesesuaian <i>slogan</i> Jakarta”	0.375	0.374	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel di atas maka dapat dilihat bahwa variabel *Destination Branding* dan Citra 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 *Destination Branding* adalah pada dimensi *culture* sebesar 0,728 pada item pertanyaan keorisinalitasan daya tarik wisata budaya Jakarta, dan terendah pada item pertanyaan mengenai kemenarikan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata sejarah Jakarta pada dimensi *culture* yaitu sebesar 0,374 dan kelengkapan fasilitas umum wisata sejarah Jakarta sebesar 0,374 pada dimensi *history*.

Pengukuran validitas terbesar pada masing-masing dimensi yaitu sebesar 0,728 pada item pertanyaan keorisinalitasan daya tarik wisata budaya Jakarta pada dimensi *culture*, pada dimensi *history* pengukuran validitas terbesar pada item pertanyaan kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata sejarah Jakarta.

Pengukuran validitas terbesar pada dimensi *nature* pada item pertanyaan keorisinalitasan daya tarik wisata alam Jakarta.

Pengukuran validitas terkecil pada masing-masing dimensi yaitu sebesar 0,374 pada item pertanyaan kemenarikan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata sejarah Jakarta pada dimensi *culture*, pada dimensi *history* pengukuran validitas terkecil berada pada item pertanyaan kelengkapan fasilitas umum wisata sejarah Jakarta sebesar 0,374. Pengukuran validitas terkecil pada dimensi *nature* adalah pada pertanyaan tingkat kemenarikan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di wisata alam Jakarta sebesar 0,397.

Pada variabel citra, hasil validitas terbesar adalah pada dimensi *reputation* pada item pertanyaan keyakinan terhadap Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,685. Hasil validitas terendah adalah pada dimensi *destination identity* pada item pertanyaan kesesuaian *slogan* Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,375.

Sedangkan hasil pengukuran validitas terbesar pada masing-masing dimensi yaitu pada dimensi *personality* pada item pertanyaan pengetahuan Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,610. Pengukuran validitas terbesar pada dimensi *reputaion* adalah pada item pertanyaan keyakinan terhadap Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,685. Pada dimensi *value* atau etnik yaitu pada pertanyaan sikap/perilaku pegawai setiap objek wisata di Jakarta sebesar 0,681 dan pada dimensi *destination identiy* pada item pertanyaan pengetahuan terhadap *slogan* Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,633.

Hasil pengukuran validitas terendah pada masing-masing dimensi yaitu pada dimensi *personality* pada item pertanyaan kepercayaan terhadap Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,410. Pengukuran validitas terendah pada dimensi *reputation* adalah pada item pertanyaan kesuksesan program "Enjoy Jakarta" dalam mengembangkan Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,580. Pada dimensi *value* atau etnik yaitu pada pertanyaan pelayanan yang diberikan oleh setiap objek wisata di Jakarta sebesar 0,590 dan pada dimensi *destination identity* pada item pertanyaan kesesuaian *slogan* Jakarta sebagai "Destinasi Pariwisata" sebesar 0,375.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan keterandalan tertentu. (Suharsimi Arikunto, 2009:145).

Reliabilitas terbagi menjadi dua, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen, maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal. (Suharsimi Arikunto, 2009:158)

Pengujian pada reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner

yang dipakai merupakan rentang beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala 1 sampai dengan 5 dengan menggunakan data ordinal yang telah ditransformasikan dalam skala interval. Rumus *Cronbach Alpa*:

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

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:196)

Keterangan :

r_1 = Reliabilitas instrumen

K = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians butir

σ_r^2 = Varians total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir,

kemudian jumlahkan, seperti berikut ini $\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$ (Suharsimi Arikunto 2009:184).

Keterangan:

σ_r^2 = Varians total

$\sum x$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

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 interkorasi 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) $n-2$ ($30-2=28$) Dengan bantuan (*Statistical Product For Service Solution*) SPSS 18.0 diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} yaitu sebesar 0,70. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha)	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Destination Branding</i>	0,746	0,70	Reliabel
2	Citra	0.737	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas, variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *destination branding*, dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,746, sedangkan variabel citra memiliki nilai r_{hitung} 0,737.

3.3 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1. Rancangan Analisis Data Deskriptif

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 yaitu. analisis deskriptif variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Analisis deskriptif variabel $X_{1,1}$ (*culture*)
- b. Analisis deskriptif variabel $X_{1,2}$ (*history*)
- c. Analisis deskriptif variabel $X_{1,3}$ (*nature*)
- d. Analisis deskriptif variabel Y (citra)

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 statistic untuk mengolah data. Menurut Moch. Ali dalam Maholtra (2005:305) 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: Maholtra (2005:305)

3.3.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan analisis regresi liner berganda karena penelitian ini menganalisis *destination branding* sebagai variabel bebas (X), yang terdiri dari *culture* ($X_{1.1}$), *history* ($X_{1.2}$), dan *nature* ($X_{1.3}$) dan citra sebagai variabel terikat (Y).

Setiap pernyataan dari angket terdiri dari lima kategori penilaian sebagai berikut:

TABEL 3.9
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju, sangat tinggi, sangat baik..	5
Setuju, tinggi, baik.	4
Ragu-ragu, cukup tinggi, cukup baik.	3
Tidak setuju, rendah, buruk.	2
Sangat tidak setuju, sangat rendah, sangat buruk.	1

Sumber: Sugiyono (2008:87)

a. *Method of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang telah dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:331). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

3.3.3 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Prosedur kerja perhitungan regresi ganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Asumsi

Menurut Wahid Sulaiman (2004:88), untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji asumsi normalitas, uji asumsi heteroskedasitas, uji asumsi multikolinearitas.

1. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) bahwa data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik.

Menurut Wahid Sulaiman (2004:88), untuk mendeteksi normalitas, digunakan *Normal Probability Plot*. Melalui *plot* ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan dari distribusi normal apabila sebaran data terletak di sekitar garis lurus yang melalui titik nol dan tidak mempunyai pola.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Menurut Wahid Sulaiman (2004:106), suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastis apabila penyebaran nilai-nilai residual terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).

3. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapat akan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Menghitung koefisien korelasi sederhana antara sesama variabel bebas, jika terdapat koefisien korelasi sederhana yang mencapai atau melebihi 0,8 maka hal tersebut menunjukkan terjadinya multikolinearitas dalam regresi.

b. Analisis Regresi Linier Ganda

Variabel yang dianalisis adalah variabel *independent* yaitu *history* (X1), *culture* (X2), *nature* (X3), sedangkan variabel *dependent* adalah citra (Y). Langkah-langkah dalam perhitungan menggunakan teknik analisis regresi ganda adalah sebagai berikut:

1. Menentukan model persamaan regresi linier ganda

Berikut adalah model persamaan regresi linier ganda X_1 , X_2 , X_3 dan Y

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, amka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan persamaan regresi untuk tiga prediktor yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3$$

(Sugiyono, 2009:284)

Keterangan:

Y = Citra

a = Intercep atau konstanta

b = Koefisien regresi

X₁= *Culture*

X₂= *History*

X₃= *Nature*

2. Menurut Sugiyono (2008:250) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN
KORELASI

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:250)

3. Menguji signifikansi koefisien korelasi ganda secara simultan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)} \quad (\text{Riduwan \& Akdon, 2006:128})$$

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R = Nilai koefisien korelasi ganda

m = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ artinya signifikan

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ artinya tidak signifikan

$$F_{tabel} = F_{\{(1-\alpha), (dk \text{ pembilang} = m), (dk \text{ penyebut} = n-m-1)\}}$$

4. Menguji signifikansi koefisien korelasi ganda secara parsial dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan menghitung nilai beta (koefisien jalur), yakni koefisien regresi yang distandarkan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan rumus:

$$\rho_{YKX} = \frac{S_k}{S_r} (b_k) \quad (\text{Kusnendi, 2005:9})$$

Keterangan:

ρ_{YKX} = Koefisien regresi yang distandarkan

S_k = Standar deviasi variabel independen

S_y = Standar deviasi variabel dependen

b_k = Koefisien regresi variabel independen X_k yang terdapat dalam persamaan regresi

Secara statistik, hipotesis yang akan di uji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut:

Secara Simultan:

Ho: $PYX = 0$: tidak berpengaruh destination branding terhadap citra

H1: $PYX \neq 0$: terdapat pengaruh destination branding terhadap citra

Secara Parsial:

H0 : $PYX = 0$, tidak terdapat pengaruh antara *destination branding* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”

H1: $PYX \neq 0$, terdapat pengaruh *destination branding* dengan citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”

H0: $PYX_{1,1} = 0$, tidak terdapat pengaruh *culture* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”.

H1: $PYX_{1,1} \neq 0$, terdapat pengaruh *culture* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”

H0: $PYX_{1,2} = 0$, tidak terdapat pengaruh *history* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”.

H1: $PYX_{1,2} \neq 0$, terdapat pengaruh *history* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”..

H0: $PYX_{1,3} = 0$, tidak terdapat pengaruh *nature* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”.

H1: $PYX_{1.3} \neq 0$, terdapat pengaruh *nature* terhadap citra Kota Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”.

