

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa tanggapan responden terhadap *Institutional Advertising Development* dan keputusan berkunjung, dimana variabel *Institutional Advertising Development* sebagai variabel *independent* dan keputusan berkunjung sebagai variabel *dependent*. Objek penelitian adalah tanggapan wisatawan yang berkunjung ke kota Palembang. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisa mengenai *Institutional Advertising Development* dan keputusan berkunjung wisatawan ke kota Palembang.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Metode merupakan cara utama yang dipergunakan untuk menguji serangkaian hipotesa dengan menggunakan teknik serta alat-alat tertentu. Cara utama itu dipergunakan setelah penyelidikan memperhitungkan kewajarannya ditinjau dari tujuan penyelidikan dan situasi penyelidikan atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif.

Menurut Moh. Nasir (2003:63) mengemukakan bahwa: "Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki". Sedangkan menurut pendapat Zikmund (2003:718) penelitian deskriptif adalah rancangan penelitian untuk menggambarkan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena yang sedang terjadi.

Menurut Sugiyono (2008:11) bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai proses keputusan berkunjung ke kota Palembang melalui *Institutional Advertising Development* yang dilakukan oleh dinas pariwisata kota Palembang.

Suharsimi Arikunto (2006:67) mengemukakan bahwa Penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data dilapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh proses keputusan berkunjung ke kota Palembang melalui *Institutional Advertising Development* yang dilakukan oleh dinas pariwisata kota Palembang.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*.

Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Menurut Kerlinger, yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7) yang dimaksud metode survei yaitu:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tapi 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.

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *Cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Husain Umar, 2001:45).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah *Institutional Advertising Development* yang terdiri dari *mission, message, media, dan measurement* sebagai variabel bebas (*independent*) serta keputusan berkunjung meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan waktu, dan pilihan jumlah sebagai variabel terikat (*dependent*). Untuk secara lengkapnya operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
<i>Institutional Advertising Development</i> (X)	<i>Institutional Advertising Development</i> adalah strategi iklan yang dilakukan oleh suatu institusi atau perusahaan dengan tujuan membangun citra positif kepada publik dan mendorong penjualan produk atau jasa ke konsumen (Kotler & Keller,2009:538).				

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
		<p><i>Mission</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Informatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejelasan informasi iklan pariwisata kota Palembang 	Ordinal	III.1
		<ul style="list-style-type: none"> • Membujuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan iklan dalam membujuk wisatawan. 	Ordinal	III.2
		<ul style="list-style-type: none"> • Mengingat 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan iklan dalam mengingatkan wisatawan untuk datang ke Kota Palembang 	Ordinal	III.3
		<p><i>Media</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menginformasikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan media dalam menginformasikan pariwisata kota Palembang kepada wisatawan. 	Ordinal	III.4

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
		<ul style="list-style-type: none"> Kecepatan dalam menyampaikan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan media dalam menyampaikan iklan pariwisata kota Palembang kepada wisatawan. 	Ordinal	III.5
		<ul style="list-style-type: none"> Kemenarikan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemenarikan iklan pariwisata kota Palembang . 	Ordinal	III.6
		<ul style="list-style-type: none"> Penilaian atau kesan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penilaian wisatawan mengenai iklan Pariwisata kota yang dinformasikan oleh pemerintah. 	Ordinal	III.7

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
		<p><i>Message</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan untuk memahami pesan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan wisatawan untuk memahami isi pesan iklan pariwisata kota Palembang. 	Ordinal	III.8
		<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik pesan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan pesan iklan 	Ordinal	III.9
		<ul style="list-style-type: none"> • Kejelasan isi pesan iklan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejelasan isi pesan iklan pariwisata kota Palembang 	Ordinal	III.10
		<p><i>Measurement</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam mengingat setelah melihat iklan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan wisatawan dalam mengingat iklan pariwisata kota Palembang 	Ordinal	III.11

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
		<ul style="list-style-type: none"> Kemampuan iklan dalam membangun citra 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemampuan iklan pariwisata kota Palembang dalam membangun kesan destinasi yang baik. 	Ordinal	III.12
		<ul style="list-style-type: none"> Keinginan untuk berkunjung 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keinginan untuk berkunjung 	Ordinal	III.13
Keputusan Pembelian (Y)	Adalah Dimana konsumen memilih satu atau lebih produk atau merek yang ada dipasar untuk dikonsumsi (Kotler & Keller, 2009:165).	Pilihan produk <ul style="list-style-type: none"> Varian produk 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Varian Produk Wisata Kota Palembang 	Ordinal	IV.14
		<ul style="list-style-type: none"> Penilaian kualitas produk 	Tingkat Penilaian kualitas produk wisata kota Palembang.	Ordinal	IV.15

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
		Pilihan merek <ul style="list-style-type: none"> Keunikan destinasi 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keunikan destinasi kota Palembang dibandingkan destinasi di daerah lain. 	Ordinal	IV.16
		<ul style="list-style-type: none"> Kepercayaan terhadap destinasi 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepercayaan terhadap destinasi kota Palembang. 	Ordinal	IV.17
		Jumlah kunjungan <ul style="list-style-type: none"> Frekuensi berkunjung 	<ul style="list-style-type: none"> Frekuensi berkunjung wisatawan 	Ordinal	IV.18
		Waktu berkunjung <ul style="list-style-type: none"> Berkunjung pada saat <i>week end</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan waktu pemilihan berkunjung pada saat <i>week end</i> 	Ordinal	IV.19
		<ul style="list-style-type: none"> Berkunjung pada saat <i>week day</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan waktu pemilihan berkunjung wisatawan ke Palembang pada saat <i>week day</i> 	Ordinal	IV.20

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
		<ul style="list-style-type: none"> Berkunjung pada saat Hari libur (<i>holiday</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan waktu pemilihan Pemilihan berkunjung wisatawan ke Palembang pada saat hari libur (<i>holiday</i>). 	Ordinal	IV.21
		Saluran distribusi <ul style="list-style-type: none"> Pemesanan via telepon 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan pemesanan akomodasi wisata via telepon 	Ordinal	IV.22
		<ul style="list-style-type: none"> Pemesanan via <i>travel agent</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan pemesanan via <i>travel agent</i>. 	Ordinal	IV.23
		Metode pembayaran <ul style="list-style-type: none"> Pembayaran kredit 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan pembayaran akomodasi wisata melalui kredit 	Ordinal	IV.24
		<ul style="list-style-type: none"> Pembayaran tunai 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketertarikan pembayaran 	Ordinal	IV.25

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
			akomodasi wisata pmelalui tunai.		

Sumber diolah penulis 2010

3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh, Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu: data primer dan data sekunder. Menurut Hermawan (2005: 168) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

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

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

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

Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:163) menyatakan "Studi yang telah dibuat oleh orang lain untuk keperluan mereka sendiri dapat menjadi suatu data sekunder". Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Uma Sekaran (2006:60) menyatakan bahwa data primer

adalah responden individu, kelompok fokus, dan panel yang secara khusus ditentukan oleh peneliti dan di mana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu ke waktu, atau sumber umum seperti majalah atau buku tua. 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	Sumber Data
Data Sekunder		
1.	Statistik kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia	<i>Statistical Report on Visitor Arrival, Indonesia 2009</i>
2.	Perkembangan wisatawan nusantara 2001-2009	Pusat Data dan Informasi 2009
3.	Beberapa destinasi unggulan di provinsi Sumatera	www.wisatamelayu.com 2009
4.	Potensi wisata provinsi Sumatera Selatan	www.pariwisata.palembang.go.id 2009
5.	Kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara di Palembang	Dinas Pariwisata kota Palembang 2009
6.	Program kerja dinas pariwisata kota Palembang	Dinas Pariwisata kota Palembang tahun 2009
7.	Anggaran biaya promosi kota Palembang tahun 2007-2009	www.kompas.com 2009
8.	Statistik pengunjung wisatawan di beberapa destinasi unggulan di kota Palembang	www.bps.palembang.go.id
Data Primer		
9.	Tanggapan responden mengenai kunjungan wisatawan ke Palembang	Responden
10.	Tanggapan responden mengenai <i>Institutional Advertising Development</i>	Responden

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2010

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono, (2008:115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Uma Sekaran (2006:122) menyatakan “Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi di mana sampel diambil”.

Jadi populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga benda-benda alam. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek itu. Sehingga populasi terbagi dua, yaitu populasi dalam arti jumlah dan populasi dalam arti karakteristik. Seorang peneliti harus menentukan jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut secara jelas dengan populasi sasaran (*target population*).

Berdasarkan Pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung di kota Palembang. Wisatawan nusantara yang berkunjung di kota Palembang sebesar 79687 orang pada bulan Desember 2009 tersebar di beberapa objek unggulan dengan rincian sebagai berikut :

TABEL 3.3
POPULASI RESPONDEN PENELITIAN

No.	Destinasi wisata	Pengunjung Wisnus 2009
1.	Benteng Kuto Besak	35.590
2.	Museum Sultan Mahmud Badaruddin II	5.901
3.	Hutan wisata Punti Kayu	26.007
4.	Rumah tradisional Limas	12.189
	Total	79.687

Sumber : bps.palembang.go.id (2010)

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2008:116) mengemukakan pengertian sampel sebagai berikut “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2009:118) mendefinisikan sampel sebagai berikut “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:83) mendefinisikan “Sampel adalah bagian dari populasi target, yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi itu”. Uma Sekaran (2006:122) menyatakan “Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi”.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti. Penulis tidak meneliti seluruh populasi akan tetapi diambil sampel yang representatif. Menurut Sugiono (2008:116) “Bila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari

semua yang ada maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Menurut Husein Umar (2002:59), mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus :

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

Keterangan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan penambilan sampel yang masih dapat ditolelir (e = 0.1).

Tingkat kunjungan wisatawan nusantara di kota Palembang sebesar 79.687, banyaknya wisatawan nusantara yang berkunjung rata-rata sebesar 19.922. Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{79687}{1+(79687 \times (0.1)^2)}$$

$$n = 99,87 = 100$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas maka jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 responden. Jumlah proporsi sampel dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini:

TABEL 3.4
JUMLAH PROPOSIONAL SAMPEL RESPONDEN PENELITIAN

No.	Destinasi wisata	Pengunjung Wisnus 2009	Sampel
1.	Benteng Kuto Besak	35.590	$\frac{35.590 \times 100}{79687} = 45$
2.	Museum Sultan Mahmud Badaruddin II	5.901	$\frac{5.901 \times 100}{79687} = 5$
3.	Hutan wisata Punti Kayu	26.007	$\frac{26.007 \times 100}{79687} = 33$
4.	Rumah tradisional Limas	12.189	$\frac{12.189 \times 100}{79687} = 15$
Total		79.687	100

Sumber: Pengolahan 2010

3.2.4.3 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 pengambilan sampelnya dilakukan sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisnus yang berkunjung ke Kota Palembang.

2. Tentukan tempat tertentu sebagai *check pont*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* adalah Benteng Kuto Besak, Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, Hutan wisata Punti Kayu dan Rumah tradisional Limas.
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. Selama enam bulan (Mei sampai dengan November).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian, dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

1. Angket atau *kuesioner*

Yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis pada responden yang menjadi anggota sampel penelitian.

Langka-langkah penyusunan kuisisioner adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabanya. Jenis instrument yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternative jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
2. Melakukan uji validitas item soal kuisisioner, jika hasilnya valid maka akan digunakan sebagai pertanyaan namun apabila tidak valid maka item

pertanyaan akan diganti dengan pertanyaan yang dapat menggambarkan indikator.

Setelah mengumpulkan data maka dilakukan pengolahan dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, untuk memenuhi persyaratan digunakan metode regresi linier sederhana maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval, karena penelitian ini menggunakan data ordinal maka terlebih dahulu harus ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Setelah ditransformasikan data tersebut dapat diolah menggunakan metode regresi linier sederhana.

2. Wawancara atau *interview*

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak wisnus. Wawancara ini dilakukan kepada pihak manajemen untuk memperoleh data mengenai profilkota kota Palembang, wisatawan sasaran, *Institutional Advertising Development* yang sedang dilakukan pemerintah.

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu wisnus yang berkunjung ke destinasi di kota Palembang , khususnya mengenai *Institutional Advertising Development* yang sedang dilakukan pemerintah.

4. Studi *literatur*

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Method of Successive Interval

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul

terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$ScaleValue = \frac{(DencituaatLowerLimit) - (DencituaatUpperLimit)}{(AreaUpperLimit) - (AreaBelowLimit)}$$

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

Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan *software SPSS 17.0*.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2007:146).

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

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Husein Umar, 2002:110) :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu yang konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut :

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

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan (Suharsimi Arikunto, 2002:146)

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

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

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for window* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
III				
Mission				
1.	Kejelasan informasi iklan pariwisata yang dilakukan dinas pariwisata kota Palembang.	0.748	0.478	Valid
2.	Kemudahan anda mengingat iklan pariwisata kota Palembang	0.746	0.478	Valid
3.	Kemampuan iklan pariwisata kota Palembang dalam membujuk wisatawan untuk datang ke Kota Palembang	0.736	0.478	Valid
Media				
4.	Ketepatan Media Dalam Menginformasikan Pariwisata Kota Palembang Kepada Wisatawan	0.709	0.478	Valid
5.	kecepatan media dalam pariwisata kota Palembang menginformasikan kepada wisatawan	0.744	0.478	Valid
6.	kemenarikan media dalam pariwisata kota Palembang menginformasikan kepada wisatawan	0.716	0.478	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
7.	Penilaian Mengenai media dalam Menginformasikan pariwisata Kota Palembang	0.636	0.478	Valid
	<i>Message</i>			
8.	Kemudahan untuk memahami isi pesan dalam iklan pariwisata kota Palembang.	0.546	0.478	Valid
9.	kemenaarikan pesan iklan pariwisata kota Palembang.	0.691	0.478	Valid
10.	kejelasan isi pesan iklan pariwisata kota Palembang	0.784	0.478	Valid
	<i>Measurement</i>			
11	Kemudahan wisatawan dalam mengingat setelah melihat iklan pariwisata kota Palembang	0.658	0.478	Valid
12.	Kemampuan iklan pariwisata kota Palembang dalam membangun kesan destinasi yang baik	0.565	0.478	Valid
13	Keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan setelah melihat iklan pariwisata kota Palembang	0.615	0.478	Valid
IV	Keputusan Berkunjung			
14	Variasi produk wisata kota Palembang	0.631	0.478	Valid
15	Penilaian kualitas produk wisata kota Palembang	0.666	0.478	Valid
16	Keunikan destinasi kota Palembang dibandingkan destinasi di daerah lain	0.602	0.478	Valid
17	kepercayaan terhadap destinasi kota Palembang	0.553	0.478	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
18.	frekuensi berkunjung wisatawan ke kota Palembang	0.864	0.478	Valid
19	Pemilihan berkunjung wisatawan ke Palembang pada saat <i>week end</i>	0.930	0.478	Valid
20.	Pemilihan berkunjung wisatawan ke Palembang pada saat <i>week day</i>	0.488	0.478	Valid
21	Pemilihan berkunjung wisatawan ke Palembang pada saat libur (<i>holiday</i>)	0.930	0.478	Valid
22.	Pemesanan kunjungan wisata via telepon	0.757	0.478	Valid
23	Pemesanan kunjungan wisata via <i>travel agent</i>	0.679	0.478	Valid
24.	Pembayaran kunjungan wisata secara tunai	0.653	0.478	Valid
25.	Pembayaran kunjungan wisata secara kredit	0.796	0.478	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel menurut Suharsimi arikunto (2006) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang

dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2006:179)

dimana : r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pertanyaan
 σ_t^2 = varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002:127)

dimana :

n = jumlah sampel

σ = nilai varians

x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.
3. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006: 245) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.6
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : Arikunto (2006: 245)

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 17 for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	r hitung (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
1	<i>Institutional Advetising Development</i>	0,902	0,7	Reliabel
2	Keputusan Berkunjung	0,909	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2010

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Penelitian memiliki dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generasi yang bersifat komperhensif.

Metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Dalam judul penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu:

1. Analisis Deskriptif Variabel Independen

Variabel independen adalah suatu variabel bebas yang keberadaanya tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, bahkan variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lain. *Institutional Advertising Development* diidentifikasi sebagai variabel independen. Setiap unsur dari *Institutional Advertising Development* yang terdiri dari *mission*, *message*, *media*, dan *measurement* akan dijabarkan dalam suatu pernyataan yang akan dituangkan dalam daftar pernyataan tertutup (kuesioner).

2. Analisis Deskriptif Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel tidak bebas yang artinya variabel tersebut merupakan sesuatu yang dipengaruhi atau dihasilkan oleh variabel independen. Kepuasan Berkunjung diidentifikasi sebagai variabel dependen.

Pengolahan data yang terkumpul dari kuisisioner dapat dikelompokkan dalam empat langkah, yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Digunakan rumus presentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Di mana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.
3. Tabulasi data
 - a. Member skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian.
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran menurut Moch. Ali (1985:184):

TABEL 3.8
TABEL KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN
RESPONDEN

No.	Kriteri Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak seorangpun
2.	1%-25%	Sebagian kecil
3.	26%-49	Hampir Setengahnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51%-75%	Sebagian Besar
6.	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985:184)

3.2.7.2 Analisis Verifikatif

3.2.7.2.1 Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier sederhana atau melakukan prediksi (taksiran), terdapat beberapa tahapan proses yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen berubah-ubah atau naik turun. Teknik regresi ini bermanfaat untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak, maka bentuk persamaan regresi linier sederhana Y atas X adalah:

$$y' = a + bX + e \quad (\text{Larry Gonick dan Woolcott Smith 2006:202})$$

Keterangan:

a = Y pintasan (Nilai Y' bila x = 0)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

E = error

Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka turun.

X = Nilai tertentu dari variabel bebas.

Y = Nilai yang diukur dari variabel terikat.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan yang dikemukakan (Sugiyono 2008:206) sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

Analisis Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk menghitung koefisien korelasi yang menunjukkan derajat atau tingkat keeratan variabel X yaitu *institutional Advertising Development* terhadap variabel Y yaitu keputusan berkunjung. Besarnya koefisien korelasi yang dinyatakan dengan parameter (r) yaitu $-1 \leq r \leq 1$.

1. Apabila (-) terdapat hubungan negatif.

2. Apabila (+) terdapat hubungan positif.
3. Apabila $r = -1$ atau mendekati $+1$, maka hubungan antara kedua variabel sempurna tetapi berlawanan arah.
4. Apabila $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka hubungan antara kedua variabel sempurna dan searah.

Angka koefisien korelasi yang pada umumnya dapat ditaksir dengan (r). Untuk menaksir parameter tersebut dihitung dengan nilai r dengan rumus korelasi *Product Moment* yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2008:210})$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan.

X = *Institutional Advertising Development*.

Y = Keputusan Berkunjung.

n = besarnya periode tahun yang diteliti.

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.9

TABEL 3.9
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Interpretasi
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 (2008: 183)

2. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien

determinasi/*coefficient of determination* (r^2). Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (\text{Riduawan dan Akdon 2007:136})$$

Keterangan:

KD : Nilai koefisien Determinan

r : Nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien penentu berada di antara 0 – 100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut:

TABEL 3.10
INTERPRESTASI KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0%-19,9%	Sangat Lemah
20%-39,99%	Lemah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono 2008:215

3.2.7.2.2 Pengujian Hipotesis

$H_0: \rho = 0$, artinya keputusan berkunjung tidak dipengaruhi secara positif oleh *Institutional Advertising Development*.

$H_a: \rho > 0$, artinya keputusan berkunjung dipengaruhi secara positif oleh *Institutional Advertising Development*.

Pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

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

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

