

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh strategi pengembangan produk terhadap keputusan berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*. Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah strategi pengembangan produk atau variabel X, yang terdiri dari tiga dimensi yaitu lini produk baru, tambahan untuk lini produk yang sudah ada dan penyempurnaan produk. Variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y adalah keputusan berkunjung.

Objek penelitian yang peneliti ambil didalam masalah yang terjadi adalah penerapan strategi pengembangan produk pada Katumiri *Outdoor Activities* dimana responden yang diambil pada objek penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities* yang menggunakan wahana permainan baru. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisa mengenai pengembangan produk *outdoor activities* dalam keputusan berkunjung. Penelitian ini dilakukan sejak bulan Maret sampai dengan bulan November 2010.

#### **3.2 Metode Penelitian**

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

Metode merupakan cara kerja untuk mencapai suatu tujuan atau pendekatan yang dilakukan untuk mencapai suatu hal. Menurut Sugiyono (2008:2), yang

dimaksud metode penelitian adalah “Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang mempunyai kriteria tertentu, yaitu *valid* (ketepatan).

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2008:11), “adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi pengembangan produk dan keputusan berkunjung dari wisatawan Katumiri *Outdoor Activities*.

Adapun sifat dari penelitian ini adalah verifikatif yaitu suatu penelitian yang akan digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Penelitian ini akan menjelaskan kejelasan hubungan yang terjadi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) sekaligus menguji kebenaran hipotesa yang telah disusun pada Bab II. Dalam hal ini, diuji mengenai pengaruh strategi pengembangan produk terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Katumiri *Outdoor Activities*.

Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. Survey informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat 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 dengan metode survei, yaitu:

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

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2009:42), *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja.

Menurut Uma Sekaran (2006:315), penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali yang dilakukan selama periode hari, minggu, atau bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### **3.3 Operasionalisasi Variabel**

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan produk sebagai variabel X yang merupakan variabel bebas yang terdiri dari lini produk baru, tambahan untuk lini produk yang sudah ada, dan penyempurnaan produk serta keputusan berkunjung sebagai variabel Y yang terdiri dari pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu pembelian, dan pemilihan jumlah pembelian.

Penjelasan operasionalisasi variabel secara lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<b>Strategi Pengembangan Produk (X)</b>	Pengembangan produk baru dapat meliputi produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. (Fandy Tjiptono, 2008:118)				
<b>Lini Produk Baru (X<sub>1.1</sub>)</b>	Lini produk baru adalah produk baru yang memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar yang sebelumnya telah ada untuk pertama kali. (Fandy Tjiptono, 2008:118)	Produk Baru	Tingkat daya tarik pada jenis permainan baru <i>paintball</i>	Ordinal	B.I.1
			Tingkat daya tarik pada jenis permainan baru balon darat	Ordinal	B.I.2
			Tingkat kesesuaian wahana permainan <i>paintball</i> dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.I.3
			Tingkat kesesuaian wahana permainan balon darat dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.I.4
		Karyawan	Tingkat pemahaman pemandu tentang wahana permainan <i>paintball</i>	Ordinal	B.I.5
			Tingkat pemahaman pemandu tentang wahana permainan balon darat	Ordinal	B.I.6
			Tingkat kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan wahana permainan <i>paintball</i>	Ordinal	B.I.7

Dilanjutkan ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item		
1	2	3	4	5	6		
		Karyawan	Tingkat kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan wahana permainan balon darat	Ordinal	B.I.8		
			Tingkat keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>paintball</i>	Ordinal	B.I.9		
			Tingkat keramahan pelayanan pada wahana permainan balon darat	Ordinal	B.I.10		
		Fasilitas	Tingkat kelengkapan fasilitas wahana permainan <i>paintball</i>	Ordinal	B.I.11		
			Tingkat kelengkapan fasilitas wahana permainan balon darat	Ordinal	B.I.12		
		Keamanan	Tingkat pelayanan keamanan pada wahana permainan <i>paintball</i>	Ordinal	B.I.13		
			Tingkat pelayanan keamanan pada wahana permainan balon darat	Ordinal	B.I.14		
		<b>Tambahan Produk Baru (X<sub>1,2</sub>)</b>	Tambahan untuk lini produk yang ada, yaitu produk baru yang melengkapi lini produk yang sudah ada (misalnya ukuran kemasan baru, rasa yang berbeda dan lain-lain). (Fandy Tjiptono, 2008:118)	Paket Tambahan Produk	Tingkat daya tarik desain dan tema pada paket <i>fun game outing</i>	Ordinal	B.II.1
					Tingkat kesesuaian paket <i>fun game outing</i> dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.II.2
					Tingkat kesesuaian lamanya waktu paket <i>fun game outing</i> dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.II.3
Karyawan	Tingkat pemahaman karyawan tentang paket <i>fun game outing</i>			Ordinal	B.II.4		
	Tingkat kemenarikan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan pada paket <i>fun game outing</i>			Ordinal	B.II.5		
Keamanan	Tingkat keramahan pelayanan pada paket <i>fun game outing</i>			Ordinal	B.II.6		
	Tingkat pelayanan keamanan pada paket <i>fun game outing</i>			Ordinal	B.II.7		

Dilanjutkan ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<b>Penyempurnaan Produk (X<sub>1.3</sub>)</b>	Penyempurnaan produk yaitu, produk baru menyediakan kinerja yang ditingkatkan atau nilai yang lebih dipahami dan menggantikan produk yang ada. (Fandy Tjiptono, 2008:118)	Produk yang telah diperbaharui	Tingkat kemenarikan desain wahana permainan <i>buggy of road</i>	Ordinal	B.III.1
			Tingkat kemenarikan desain wahana permainan <i>ATV adventure</i>	Ordinal	B.III.2
			Tingkat kemenarikan desain wahana permainan <i>mini moto</i>	Ordinal	B.III.3
			Tingkat kesesuaian wahana permainan <i>buggy of road</i> dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.III.4
			Tingkat kesesuaian wahana permainan <i>ATV adventure</i> dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.III.5
			Tingkat kesesuaian wahana permainan <i>mini moto</i> dengan harapan pengunjung	Ordinal	B.III.6
		Karyawan	Tingkat pemahaman pemandu tentang wahan permainan <i>buggy of road</i>	Ordinal	B.III.7
			Tingkat pemahaman pemandu tentang wahan permainan <i>ATV adventure</i>	Ordinal	B.III.8
			Tingkat pemahaman pemandu tentang wahan permainan <i>mini moto</i>	Ordinal	B.III.9
			Tingkat kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan pada wahana permainan <i>buggy of road</i>	Ordinal	B.III.10
			Tingkat kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan pada wahana permainan <i>ATV adventure</i>	Ordinal	B.III.11
			Tingkat kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu, saat pemanduan pada wahana permainan <i>mini moto</i>	Ordinal	B.III.12
			Tingkat keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>buggy of road</i>	Ordinal	B.III.13
			Tingkat keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>ATV adventure</i>	Ordinal	B.III.14

Dilanjutkan ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		Karyawan	Tingkat keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>ATV adventure</i>	Ordinal	B.III.14
			Tingkat keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>mini moto</i>	Ordinal	B.III.15
		Keamanan	Tingkat keamanan pada wahana permainan <i>buggy of road</i>	Ordinal	B.III.16
			Tingkat keamanan pada wahana permainan <i>ATV adventure</i>	Ordinal	B.III.17
			Tingkat keamanan pada wahana permainan <i>mini moto</i>	Ordinal	B.III.18
		<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Faktor yang mempengaruhi para pembeli mengembangkan pemahaman mengenai cara konsumen melakukan keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2009:240)	Pemilihan Produk atau Jasa	Tingkat keunggulan produk wisata <i>outdoor recreation</i> dibandingkan produk wisata lain
Tingkat keberagaman produk wisata <i>outdoor recreation</i> dibandingkan produk wisata lain	Ordinal				C.I.2
Tingkat daya tarik produk wisata <i>outdoor recreation</i> dibandingkan produk wisata lain	Ordinal				C.I.3
Tingkat keunikan produk wisata <i>outdoor recreation</i> dibandingkan produk wisata lain	Ordinal				C.I.4
Pemilihan Merek	Tingkat pemilihan berdasarkan citra objek wisata Katumiri <i>outdoor activities</i>			Ordinal	C.II.5
	Tingkat kepopuleran Katumiri <i>outdoor activities</i>			Ordinal	C.II.6
	Tingkat pemilihan berdasarkan pengalaman terhadap Katumiri <i>outdoor activities</i>			Ordinal	C.II.7
Pemilihan Saluran Kunjungan	Tingkat pembelian berdasarkan lokasi yang strategis			Ordinal	C.II.8
	Tingkat kemudahan akomodasi dalam menjangkau lokasi			Ordinal	C.II.9
Pemilihan Waktu Kunjungan	Waktu kunjungan pada saat liburan sekolah/nasional			Ordinal	C.II.10
	Waktu kunjungan pada saat waktu luang			Ordinal	C.II.11
	Waktu kunjungan berdasarkan promosi penjualan melalui program <i>discount</i>			Ordinal	C.II.12

Dilanjutkan ke halaman berikutnya



Lanjutan Tabel 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
		Pemilihan Jumlah Kunjungan	Tingkat frekuensi kunjungan yang dilakukan	Ordinal	C.II.13
			Tingkat jumlah tiket wahan permainan yang dibeli	Ordinal	C.II.14

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan subjek darimana 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 atau proses sesuatu.

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan jenis dan sumber data menurut Hermawan (2005:168) dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

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



Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel 3.2 berikut :

**TABEL 3.2**  
**SUMBER DATA PENELITIAN**

No.	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1.	Statistik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2001-2008	<i>Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia</i>	Data Sekunder
2.	Statistik Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahun 2001 – 2008	Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ)	Data Sekunder
3.	Data Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Provinsi Jawa Barat Tahun 2004-2008	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat	Data Sekunder
4.	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara ke Kota Bandung Tahun 2003-2009	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	Data Sekunder
5.	Data Jumlah Kunjungan Beberapa <i>Outdoor Recreation</i> Park di Bandung Barat	<i>Outdoor Recreation</i> Bandung Barat	Data Sekunder
6.	Data Statistik Jumlah Kunjungan Wisatawan Katumiri Tahun 2006-2009	Katumiri <i>Outdoor Activities</i> , Bandung	Data Sekunder
7.	Data Jumlah Pengunjung Terhadap Permainan Tahun 2008-2009	Katumiri <i>Outdoor Activities</i> , Bandung	Data Sekunder
8.	Pengembangan Permainan Katumiri <i>Outdoor Activities</i>	Katumiri <i>Outdoor Activities</i> , Bandung	Data Sekunder
9.	Tanggapan responden mengenai strategi pengembangan produk	Wisatawan Nusantara Katumiri <i>Outdoor Activities</i>	Data Primer
10.	Tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung	Wisatawan Nusantara Katumiri <i>Outdoor Activities</i>	Data Primer

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

### 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:72) 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. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia (Sugiyono, 2008:72) Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya.

Langkah awal seorang peneliti harus menentukan jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*) yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung Katumiri *Outdoor Activities*. Populasi pengunjung Katumiri *Outdoor Activities* sebanyak 28.999 orang, yang terdiri dari 1% wisatawan mancanegara atau sebesar 290 orang dan 99% wisatawan nusantara atau sebesar 28.709 orang wisatawan nusantara. Dalam penelitian ini populasi pengunjung Katumiri *Outdoor Activities* yang akan diteliti adalah wisatawan nusantara, sebagai berikut:

**TABEL 3.3**  
**POPULASI PENGUNJUNG KATUMIRI *OUTDOOR ACTIVITIES***

No.	Wisatawan Nusantara	Jumlah Populasi
1.	Wisatawan Lokal (Bandung)	22.393

2.	Wisatawan Domestik (Luar Bandung)	6.316
<b>Jumlah</b>		<b>28.709</b>

Sumber: Katumiri *Outdoor Activities*, 2010

### 3.5.2 Sampel

Pada populasi tidak seluruh anggota populasi harus diukur, tetapi sebagian saja, oleh karena adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis serta keterbatasan dana dan waktu yang diperlukan seperti apa yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008:73), yaitu sampel adalah "Sebagian dari jumlah karakteristik populasi yang diambil untuk mewakili seluruh populasi yang diambil untuk mewakili seluruh populasi yang diteliti". Semakin besar sampel yang diambil maka semakin sedikit kesalahan yang timbul dalam suatu penelitian. Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya kendala waktu, keterbatasan biaya dan tenaga. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian wisatawan yang berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*. Data yang telah dimiliki berupa populasi sebesar 28.709 orang.

Ukuran sampel tersebut diperoleh berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Renckly (2002:16) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{NZ^2 * .25}{(d^2 * (N-1)) + (Z^2 * .25)}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

$N$  = Ukuran populasi total (diketahui atau diperkirakan)

$d$  = Taraf kesalahan (biasanya 0.5 atau 0.10)

$Z$  = Jumlah unit deviasi standar dari distribusi sampling yang sesuai dengan tingkat keyakinan yang diinginkan (terlampir).

$$\begin{aligned} n &= \frac{28709 \cdot (1.64^2) \cdot 0.25}{(0.1^2 \cdot 28708) + (1.64^2) \cdot 0.25} \\ &= \frac{28709 \cdot 2.68 \cdot 0.25}{(0.01 \cdot 28708) + (2.685 \cdot 0.25)} \\ &= \frac{19235.03}{287.75} = 66.8 = 100 \end{aligned}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian wisatawan nusantara Katumiri *Outdoor Activities*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar 100 sampel yang terdiri dari wisatawan lokal 78% dan wisatawan domestik 22%.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini untuk masing-masing subpopulasi berbeda, sehingga perlu dicari faktor pembanding dari tiap subpopulasi yang sering disebut *sample fraction* ( $f$ ), dengan rumus:

$$F_i = \frac{N_i}{N}$$

Kemudian besarnya sampel yaitu:  $n = f_i \times n$

Maka sampel yang diambil dari subpopulasi sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**SAMPEL YANG DIAMBIL DARI SUBPOPULASI**

No.	Wisatawan Nusantara	$N_i$	$f_i$	$n$
-----	---------------------	-------	-------	-----

				(jumlah sampel)
1.	Lokal (Bandung)	22.393	0,7799	$0,7799 \times 100 = 78$
2.	Domestik (Luar Bandung)	6.316	0,2200	$0,2200 \times 100 = 22$
	Jumlah	28.709		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

### 3.5.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2008:116). Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2008:118).

## 3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Pengujian Validitas dan Reliabilitas

### 3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperlukan untuk menguji anggapan dasar dan hipotesis. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi kepustakaan, yaitu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui buku buku, makalah, majalah ilmiah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah

penelitian yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel dependen maupun variabel independen, dalam penelitian ini adalah *strategi pengembangan produk* (*physical evidence, people, dan process*) serta keputusan berkunjung.

2. Observasi, yaitu dengan pengamatan dan peninjauan langsung terhadap kegiatan dan keadaan Katumiri *Outdoor Activities* yang sedang diteliti.
3. Wawancara atau *interview*  
Sebagai teknik komunikasi langsung dengan Katumiri *Outdoor Activities*. Wawancara ini dilakukan kepada pihak manajemen untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, pelanggan sasaran, program pengembangan produk Katumiri *Outdoor Activities*.
4. Angket atau *kuesioner* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket berisi pertanyaan tertutup mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, penilaian responden, serta tanggapan responden terhadap strategi pengembangan produk dan keputusan berkunjung pada Katumiri *Outdoor Activities*.

### 3.6.2.1 Hasil Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan



hipotesis. Oleh karena itu benar atau tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam yang diamati (Sugiyono, 2008:146). Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145) yang dimaksud dengan validitas adalah "Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen". Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah.

Menurut Sugiyono (2008:172), menyatakan bahwa yang dikatakan valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-



masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Untuk menguji validitas setiap item pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan korelasi item-total dikoreksi (corrected item-total correlation). Koefisien item total dikoreksi digunakan jika jumlah item yang diuji relatif kecil, yaitu kurang dari 30. Karena untuk menghindari koefisien korelasi yang cenderung overestimate (lebih tinggi dari yang sebenarnya), maka koefisien item-total perlu dikoreksi dengan nilai simpangan baku skor item dan skor total (Saefuddin Anwar dalam Kusnendi 2007). Artinya, semua item pertanyaan atau pernyataan yang memiliki koefisien korelasi item total dikoreksi sama atau lebih besar dari 0,25 atau 0,30 diindikasikan memiliki validitas internal yang memadai dan kurang dari 0,25 atau 0,30 diindikasikan item tersebut tidak valid.

Rumus Korelasi Item-Total Dikoreksi tersebut adalah sebagai berikut:

$$r_{i-ttd} = \frac{r_{ix}(S_x) - S_i}{\sqrt{[(S_x)^2 + (S_i)^2 - 2(r_{ix})(S_i)(S_x)]}}$$

Dimana:

$r_{i-ttd}$  = koefisien korelasi item-total dikoreksi

$r_{ix}$  = koefisien korelasi item-total

$S_i$  dan  $S_x$  = simpangan baku skor setiap item pertanyaan dan simpangan baku skor total

Untuk menentukan item mana yang memiliki validitas yang memadai, para ahli menetapkan patokan besaran koefisien item total dikoreksi sebesar 0,25 atau 0,30 sebagai batas minimal valid tidaknya sebuah item (Saefuddin Anwar dalam Kusnendi 2007). Dalam penelitian ini, batas minimal yang digunakan suatu item pertanyaan atau pernyataan dikatakan valid, yaitu sebesar 0,25.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS ITEM PERTANYAAN**

No.	Item Pertanyaan Lini Produk Baru (X1)	Corrected Item-Total Correlation	Ket.
1.	Daya tarik wahana permainan <i>Paintball</i>	0.349	Valid
2.	Daya tarik wahana permainan Balon Darat	0.611	Valid
3.	Kesesuaian wahana permainan <i>Paintball</i> dengan harapan anda	0.372	Valid
4.	Kesesuaian wahana permainan Balon Darat dengan harapan anda	0.274	Valid
5.	Pemahaman karyawan tentang wahana permainan <i>Paintball</i>	0.611	Valid
6.	Pemahaman karyawan tentang wahana permainan Balon Darat	0.722	Valid
7.	Kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu pada wahana permainan <i>Paintball</i>	0.618	Valid
8.	Kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu pada wahana permainan Balon Darat	0.669	Valid
9.	Keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>Paintball</i>	0.808	Valid
10.	Keramahan pelayanan pada wahana permainan Balon Darat	0.538	Valid
11.	Kelengkapan fasilitas pada wahana permainan <i>Paintball</i>	0.807	Valid
12.	Kelengkapan fasilitas pada wahana permainan Balon Darat	0.536	Valid
13.	Rasa aman dalam menikmati wahana permainan <i>Paintball</i>	0.342	Valid
14.	Rasa aman dalam menikmati wahana permainan Balon Darat	0.508	Valid
No.	Item Pertanyaan Tambahkan Produk (X2)	Corrected Item-Total Correlation	Ket.

1.	Daya tarik desain dan tema paket <i>Fun Game Outing</i>	0.806	Valid
2.	Kesesuaian paket <i>Fun Game Outing</i> dengan harapan anda	0.591	Valid

Dilanjutkan ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.5

3.	Kesesuaian lamanya waktu paket <i>Fun Game Outing</i> dengan harapan anda	0.470	Valid
4.	Pemahaman karyawan tentang paket <i>Fun Game Outing</i>	0.477	Valid
5.	Kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu pada paket <i>Fun Game Outing</i>	0.815	Valid
6.	Keramahan pelayanan pada paket <i>Fun Game Outing</i>	0.616	Valid
7.	Rasa aman dalam menikmati paket <i>Fun Game Outing</i>	0.490	Valid
<b>No.</b>	<b>Item Pertanyaan Penyempurnaan Produk (X3)</b>	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>	<b>Ket.</b>
1.	Daya tarik desain wahana permainan <i>Buggy of road</i>	0.520	Valid
2.	Daya tarik desain wahana permainan <i>ATV Adventure</i>	0.384	Valid
3.	Daya tarik desain wahana permainan Mini Moto	0.500	Valid
4.	Kesesuaian wahana permainan <i>Buggy of road</i> dengan harapan anda	0.321	Valid
5.	Kesesuaian wahana permainan <i>ATV Adventure</i> dengan harapan anda	0.550	Valid
6.	Kesesuaian wahana permainan Mini Moto dengan harapan anda	0.474	Valid
7.	Pemahaman karyawan tentang wahana permainan <i>Buggy of road</i>	0.469	Valid
8.	Pemahaman karyawan tentang wahana permainan <i>ATV Adventure</i>	0.540	Valid
9.	Pemahaman karyawan tentang wahana permainan Mini Moto	0.716	Valid
10.	Kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu pada wahana permainan <i>Buggy of road</i>	0.738	Valid
11.	Kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu pada wahana permainan <i>ATV Adventure</i>	0.626	Valid
12.	Kemenarikan penggunaan kata dan intonasi pemandu pada wahana permainan Mini Moto	0.682	Valid
13.	Keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>Buggy of road</i>	0.391	Valid
14.	Keramahan pelayanan pada wahana permainan <i>ATV Adventure</i>	0.561	Valid
15.	Keramahan pelayanan pada wahana permainan Mini Moto	0.709	Valid
16.	Rasa aman dalam menikmati wahana permainan <i>Buggy of road</i>	0.375	Valid
17.	Rasa aman dalam menikmati wahana permainan <i>ATV Adventure</i>	0.420	Valid
18.	Rasa aman dalam menikmati wahana permainan Mini Moto	0.667	Valid
<b>No.</b>	<b>Item Pertanyaan Keputusan Berkunjung (Y)</b>	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>	<b>Ket.</b>

1.	Keunggulan Katumiri <i>Outdoor Activities</i> dibandingkan produk wisata lain	0.637	Valid
2.	Keberagaman Katumiri <i>Outdoor Activities</i> dibandingkan produk wisata lain	0.720	Valid

Dilanjutkan ke halaman berikutnya

Lanjutan Tabel 3.5

No.	Item Pertanyaan Keputusan Berkunjung (Y)	Corrected Item-Total Correlation	Ket.
3.	Daya tarik Katumiri <i>Outdoor Activities</i> dibandingkan produk wisata lain	0.506	Valid
4.	Keunikan Katumiri <i>Outdoor Activities</i> dibandingkan produk wisata lain	0.535	Valid
5.	Citra Katumiri <i>Outdoor Activities</i>	0.672	Valid
6.	Kepopuleran Katumiri <i>Outdoor Activities</i>	0.702	Valid
7.	Pengalaman terhadap Katumiri <i>Outdoor Activities</i>	0.603	Valid
8.	Lokasi yang strategis	0.348	Valid
9.	Kemudahan akomodasi dalam menjangkau lokasi	0.567	Valid
10.	Frekuensi kunjungan pada saat liburan sekolah/nasional	0.574	Valid
11.	Frekuensi kunjungan pada saat waktu luang	0.715	Valid
12.	Frekuensi kunjungan berdasarkan promosi penjualan melalui program <i>discount</i>	0.671	Valid
13.	Frekuensi kunjungan	0.707	Valid
14.	Jumlah tiket wahana permainan yang dibeli	0.492	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2010

### 3.6.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian di samping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Penelitian dapat dikatakan *reliable* apabila adanya suatu persamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu penelitian dapat mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi apabila mengalami perubahan, perubahan tersebut tidak terlalu signifikan.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran.

Reliabilitas menunjuk pada 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* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Yang dimaksud dengan *reliabilitas* menunjukan suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. *Reliabilitas* menunjukan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2007:247).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha* (Husein Umar, 2009:170) yaitu:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[ \frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_1^2$  = Varians total

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

Ketentuan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $\geq r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $> r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	r hitung (Cronbach Alpha)	r tabel	Ket.
1.	Lini Produk baru	0.748	0.70	Reliabel
2.	Tambahan Produk Baru	0.768	0.70	Reliabel
3.	Penyempurnaan Produk	0.746	0.70	Reliabel
4.	Keputusan Berkunjung	0.755	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

### **3.7 Rancangan Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.7.1. Rancangan Analisis Data**

##### **3.7.1.1 Rancangan Analisis Data 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 bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisa deskriptif digunakan untu menanalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga



dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya (Sugiyono, 2008:207). Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui:

1. Tanggapan responden terhadap lini produk baru pada Katumiri *Outdoor Activities*.
2. Tanggapan responden terhadap tambahan produk pada Katumiri *Outdoor Activities*.
3. Tanggapan responden terhadap penyempurnaan produk pada Katumiri *Outdoor Activities*.
4. Tanggapan responden terhadap Keputusan Berkunjung ke Katumiri *Outdoor Activities*.

Menurut Moh. Ali (1995:184), kategori hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak seorangpun
2.	1% - 25%	Sebagian kecil
3.	26% - 49%	Hampir setengahnya
4.	51% - 75%	Sebagian besar
5.	51% - 75%	Sebagian besar
6.	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Moh. Ali (1995:184)

### 3.7.1.2 Pengujian Hipotesis



Analisis verifikatif, bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini Variabel X yaitu strategi pengembangan produk dan variabel Y adalah Keputusan Berkunjung, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh strategi pengembangan produk terhadap keputusan berkunjung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah dalam teknik analisis data sebagai berikut:

1. *Method of successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi ( $f$ ) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi ( $p$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)$$

$$Scale\ Value = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)$$

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

## 2. *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Setelah data berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable independent dari semua sample penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat pengaruh antara variabel penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sesuai dengan Kusnendi (Analisis Jalur Satu dan Multigroup Sampel (2007:44), sebagai berikut:

- a. Menggambarkan struktur model I



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

Keterangan:

X = Strategi Pengembangan Produk

Y = Keputusan Berkunjung

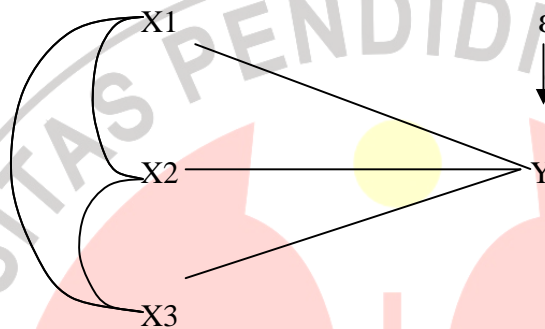
$\varepsilon$  = Epsilon (variabel Lain)

→ = Hubungan Kausalitas

Struktur hubungan tersebut mengisyaratkan bahwa dimensi pengembangan produk berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu yang dilambangkan dengan  $\varepsilon$ .

Struktur Hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara pengembangan produk yang terdiri dari lini produk baru ( $X_{1.1}$ ), tambahan pada lini produk yang sudah ada ( $X_{1.2}$ ) dan penyempurnaan produk ( $X_{1.3}$ ) terhadap keputusan berkunjung (Y).

Selanjutnya struktur hubungan antara X dan Y diterjemahkan ke dalam beberapa sub variabel yang menyatakan pengaruh sub variabel eksogen (variabel X) terhadap variabel endogen (variabel Y), seperti pada Gambar 3.2 berikut:



GAMBAR 3.2

**DIAGRAM JALUR STRUKTUR HIPOTESIS UTAMA**

- b. Menghitung matriks korelasi antar variabel penelitian dengan menggunakan rumus:

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

Kemudian koefisien korelasi tersebut dinyatakan dalam bentuk matriks sebagai berikut:

$$R = \begin{matrix} & Y & X_1 & X_2 & X_3 \\ \begin{pmatrix} 1 & r_{YX_1} & r_{YX_2} & r_{YX_3} \\ & 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_1X_3} \\ & & 1 & r_{X_2X_3} \end{pmatrix} \end{matrix}$$

1

c. Menghitung matriks invers korelasi

$$R_i^{-1} = \frac{1}{|R_i|} (\text{adjoin. } R_i)$$

$$R_i^{-1} = \begin{matrix} & X_1 & X_2 & X_3 \\ \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} & C_{13} \\ C_{21} & C_{22} & C_{23} \end{bmatrix} & & & \end{matrix}$$

d. Menghitung semua koefisien jalur

$$\rho_{ij} = (R_i^{-1}) (r_{Y_i X_j})$$

e. Hitung koefisien determinasi  $R_i^2$  dan koefisien jalur *error variables* ( $\rho_{ei}$ ) untuk masing-masing model atau sub struktur yang diuji dengan rumus:

$$R_i^2 = \sum(\rho_{ij}) (r_{Y_i X_j})$$

$$\rho_{ei} = \sqrt{1 - R_i^2}$$

f. Hitung koefisien determinasi  $R_i^2$  dengan statistik uji F dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{(n-k-1) R_i^2}{k(1-R_i^2)}$$

Dimana n dan k masing-masing menunjukkan ukuran sampel dan banyaknya variabel eksogen dalam model atau sub struktur yang diuji.

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

maka  $H_0$  ditolak, dengan demikian dapat diteruskan pada tahap selanjutnya.

- g. Uji setiap koefisien jalur yang diperoleh dengan menggunakan statistik uji t atau *critical ratio* (Cr), dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_i = Cr_i = \frac{\beta_{ij}}{SE} = \frac{\beta_{ij}}{\sqrt{\frac{(1-R_i^2) C_{ij}}{n-k-1}}}$$

Dimana,  $\beta_{ij}$  menunjukkan koefisien jalur antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terdapat dalam model yang dianalisis, SE menunjukkan standard error koefisien jalur yang diperoleh untuk model yang diuji,  $n$  adalah ukuran sampel,  $k$  adalah banyak variabel eksogen dalam model yang diuji, sedang  $C_{ij}$  menunjukkan elemen matriks invers korelasi variabel eksogen untuk model atau sub struktur yang diuji.

- h. Uji kesesuaian model (model fit) dengan statistik Q atau W

$$Q = \frac{1-R_m^2}{1-M}$$

Dimana,  $R_m^2$  menunjukkan koefisien variasi terjelaskan seluruh model, dan  $M$  menunjukkan koefisien variasi terjelaskan setelah koefisien jalur yang tidak signifikan dikeluarkan dari model yang diuji. Koefisien  $R_m^2$  dan  $M$  dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R_m^2 = M = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Statistik Q berkisar antara 0 dan 1. Jika  $Q = 1$  menunjukkan model yang diuji fit dengan data, dan jika  $Q < 1$ , maka untuk menentukan fit tidaknya model statistik Q perlu diuji dengan statistik W, yang dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$W = - (n - d) \log_e (Q) = - (n - d) \ln (Q)$$

Dimana, n adalah ukuran sampel dan d adalah derajat kebebasan (df) yang ditunjukkan oleh jumlah koefisien jalur yang tidak signifikan.

- i. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X terhadap Y :

1. Pengaruh ( $X_{1,1}$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,2}) = PYX_{1,1} \cdot rX_{1,1} X_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,3}) = \frac{PYX_{1,1} \cdot rX_{1,1} X_{1,3} \cdot PYX_{1,3} + \dots}{\dots}$$

$$\text{Pengaruh total } (X_{1,1}) \text{ terhadap Y} = \dots$$

2. Pengaruh ( $X_{1,2}$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,1}) = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2} X_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,3}) = \frac{PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2} X_{1,3} \cdot PYX_{1,3} + \dots}{\dots}$$

$$\text{Pengaruh total } (X_{1,2}) \text{ terhadap Y} = \dots$$

3. Pengaruh ( $X_{1,3}$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1,2}) = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,3} X_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$



Pengaruh tidak langsung melalui  $(X_{1,3}) = PYX_{1,2} \cdot r_{X_{1,3} X_{1,3}} \cdot PYX_{1,3}$

Pengaruh total  $(X_{1,3})$  terhadap  $Y = \dots\dots\dots$

- j. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$Pr\epsilon = \sqrt{1 - R^2} Y_{(X_1, X_2, X_3)}$$

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pengembangan produk terhadap keputusan berkunjung.
2.  $H_0 : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi pengembangan produk terhadap keputusan berkunjung.