

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran jasa khususnya mengenai pengaruh *marketing public relations* terhadap keputusan mengunjungi objek wisata Pantai Pangandaran. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah *marketing public relations*. Sedangkan yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan mengunjungi objek wisata. Penelitian ini dilakukan terhadap wisatawan nusantara pantai pangandaran. Dari objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai Pengaruh *marketing public relations* yang dilakukan oleh Disbudpar terhadap keputusan mengunjungi objek wisata.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

a. Jenis Penelitian

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian, sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi, 1998: 9).

Travens dalam Husein (2001:21) menjelaskan bahwa, “Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Winarno (1990: 140) mengemukakan ciri-ciri metode deskriptif, yaitu :

1. Merumuskan diri pada pemecahan masalah-masalah yang sedang diteliti pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang terkumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis (karena itu metoda ini disebut metoda analitik).

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

b. Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang ciri-ciri variabel, sedangkan sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2002: 9). Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*.

Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2002: 7) bahwa:

“Metode *deskriptif survey* dan *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 sampel dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu “Metode penelitian yang dilakukan untuk meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja” (Husein, 2003: 131).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini dapat dilihat pada halaman berikut ini :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Marketing Public Relations</i>		Tugas untuk memperoleh ruang editorial sebagai lawan dari ruang yang dibayar dalam media cetak dan penyiaran untuk mempromosikan/mempropagandakan produk, tempat/orang (Kotler, 2002 : 122)			
	Publikasi (X1)	Materi komunikasi untuk menjangkau dan mempengaruhi pasar sasaran (Kotler, 2002 : 122)			
	Artikel Surat kabar	Media komunikasi dalam bentuk tulisan berita/artikel dalam surat kabar	<ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi membaca artikel tentang pandangan dalam surat kabar • Isi/pesan artikel tentang pandangan dalam surat kabar • Daya tarik isi/pesan artikel tentang pandangan dalam surat kabar 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi membaca artikel tentang pandangan • Tingkat kelengkapan isi/pesan artikel tentang pandangan • Tingkat daya tarik isi/pesan artikel tentang pandangan 	Ordinal
					Ordinal
					Ordinal

	Media Audio / multimedia	Media komunikasi dalam bentuk suara/gabungan gambar dan suara	<ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi mendengar berita pandangan • Frekuensi menonton /melihat tayangan pandangan di tv • Isi/pesan tayangan mengenai pandangan di tv • Frekuensi menonton /melihat tayangan pandangan melalui vcd • Daya tarik tayangan mengenai pandangan dalam vcd 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi mendengar berita pandangan • Tingkat frekuensi menonton/ melihat tayangan pandangan di tv • Tingkat kelengkapan isi/pesan tayangan mengenai pandangan di tv • tingkat frekuensi menonton/ melihat tayangan pandangan melalui vcd • tingkat daya tarik tayangan mengenai pandangan dalam vcd 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
	Katalog / buku petunjuk pariwisata	Dibuat diatas kertas dengan desain menarik berisi keterangan dengan gambar disertai foto dan daftar lainnya yang mendukung (buchari Alma, 2000 : 140)	<ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi menggunakan buku petunjuk pariwisata • Kelengkapan isi/pesan dalam buku petunjuk pariwisata • Daya tarik desain buku petunjuk pariwisata 	<ul style="list-style-type: none"> • tingkat frekuensi menggunakan buku petunjuk pariwisata • tingkat kelengkapan buku petunjuk pariwisata • daya tarik desain buku petunjuk pariwisata 	Ordinal Ordinal Ordinal

			<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik gambar dalam buku petunjuk pariwisata • Daya tarik warna dalam buku petunjuk pariwisata 	<ul style="list-style-type: none"> • tingkat daya tarik gambar dalam buku petunjuk pariwisata • tingkat daya tarik warna dalam buku petunjuk pariwisata 	Ordinal
	Brosur	Alat publikasi dalam bentuk cetakan/sablon	<ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi melihat brosur mengenai pandangan • Daya tarik isi/pesan dalam brosur • Daya tarik desain brosur • Daya tarik gambar brosur • Daya tarik warna brosur 	<ul style="list-style-type: none"> • tingkat frekuensi melihat brosur • tingkat daya tarik isi/pesan dalam brosur • daya tarik desain brosur • daya tarik gambar brosur • Daya tarik warna brosur 	Ordinal
	<i>event</i> (X2)	Kegiatan yang dilakukan untuk menarik perhatian public terhadap perusahaan (kotler, 2002:123)			
	Hiburan musik band		<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik hiburan musik band 	<ul style="list-style-type: none"> • tingkat Daya tarik hiburan musik band 	Ordinal
	Hiburan kesenian tradisional	Memperlihatkan kepada khalayak ramai, percobaan demonstrasi/atraksi seni	<ul style="list-style-type: none"> • frekuensi melihat Hiburan kesenian tradisional • daya tarik Hiburan 	<ul style="list-style-type: none"> • tingkat frekuensi melihat Hiburan kesenian tradisional • tingkat daya tarik 	Ordinal

			kesenian tradisional	Hiburan kesenian tradisional	
	Perlombaan/pertandingan olahraga	Kegiatan yang diadakan untuk menarik perhatian pengunjung/khalayak ramai	<ul style="list-style-type: none"> frekuensi melihat perlombaan/pertandingan olahraga di pandangan dayatarik perlombaan/pertandingan olahraga 	<ul style="list-style-type: none"> tingkat frekuensi melihat perlombaan/pertandingan olahraga tingkat daya tarik perlombaan/pertandingan olahraga 	Ordinal
	pameran	Kegiatan mengekspos suatu objek	<ul style="list-style-type: none"> frekuensi melihat / mengunjungi pameran daya tarik pameran 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat frekuensi melihat / mengunjungi pameran Tingkat daya tarik pameran 	Ordinal
	News (X3)	Kegiatan menemukan dan menciptakan informasi yang mendukung perusahaan, produk, dan orang-orangnya.			
	News melalui mulut ke mulut		<ul style="list-style-type: none"> Frekuensi mendengar berita dari mulut ke mulut 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat frekuensi mendengar berita dari mulut ke mulut 	Ordinal
	News melalui media elektronik		<ul style="list-style-type: none"> Frekuensi mendengar berita dari media elektronik 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat frekuensi mendengar berita dari media elektronik 	Ordinal
Keputusan Mengunjungi Objek Wisata (keputusan pembelian jasa)		Tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian. (Philip Kotler, 2004:227)			
	Pemilihan Merek (nama objek)		<ul style="list-style-type: none"> Pemilihan Merek (nama objek wisata) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pemilihan nama objek wisata 	Ordinal

	wisata)		<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan informasi mengenai pandangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemilihan informasi 	Ordinal
	Pemilihan Produk (kualitas alam)		<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan kualitas alam Pantai pandangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemilihan kualitas alam 	Ordinal
	Pemilihan saluran		<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan akses jalan menuju lokasi wisata • Pemilihan transportasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemilihan berdasarkan akses jalan • Tingkat pemilihan berdasarkan transportasi 	Ordinal Ordinal
	Pemilihan waktu Pembelian (waktu kunjungan ke tempat wisata)		<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan waktu kunjungan wisata • Pemilihan berdasarkan kebutuhan berwisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan waktu kunjungan wisata • Tingkat kebutuhan berwisata 	Ordinal Ordinal
	Jumlah Pembelian		<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan kunjungan • Frekuensi kunjungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan kunjungan • Tingkat frekuensi kunjungan 	Ordinal Ordinal

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang diperoleh oleh pihak lain atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau pihak lain

yang pada umumnya disajikan dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram. (Sugianto dkk, 2001:18)

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

**TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA**

NO	Data Penelitian	SUMBER DATA
1	Data jumlah wisatawan di Pantai Pangandaran (data sekunder)	Disbudpar Kab Ciamis
2	Program promosi (data sekunder)	Disbudpar Kab Ciamis
3	Data jumlah wisatawan yang menginap di hotel (data sekunder)	Hotel masing-masing
4	Tanggapan wisatawan terhadap MPR yang dilakukan oleh Disbudpar (data primer)	Wisatawan Pantai Pangandaran

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Menurut Sugianto dkk (2001:2) bahwa populasi berarti keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti.

Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*).

Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam pengertian karakteristik adalah wisatawan nusantara yang mengunjungi Pantai Pangandaran yang menginap di hotel yaitu sebanyak 895 orang. Data mengenai populasi diperoleh

dari masing-masing hotel di pantai pangandaran melalui observasi tanggal 29 Maret s/d 7 April 2007.

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI WISATAWAN YANG MENGINAP DI HOTEL
SEPANJANG PANTAI PANGANDARAN

No	Hotel	Jumlah Wisatawan Yang Menginap
1	Grand Mutiara	20
2	Citra Satu	23
3	Surya Pesona	80
4	Melia Beach	25
5	Malabar	45
6	Duta	20
7	Sandaan	35
8	Bulak Laut	20
9	Bintang Jelita	15
10	Sunset	35
11	Karang sari	30
12	Surya Kencana	45
13	Bumi Nusantara	70
14	Laut Biru	80
15	Mugibis	20
16	Nyiur Indah	75
17	Kembar Mas	35
18	Saputra	18
19	Aquarium	110
20	Pangandaran Beach	73
21	Puri Radita	20
	Jumlah total	895

Sumber : masing- masing Hotel 2007

3.2.4.2 Sampel

Sugiarto, dkk (2001 : 2) mengemukakan bahwa: "Sampel adalah sebagai anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya." Ada beberapa faktor yang menyebabkan sampel ini digunakan diantaranya adalah keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Atas dasar hal tersebut maka diupayakan setiap subjek memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel yang dapat mewakili populasi (*Representatif*).

Menurut Suharsimi (2002: 104) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sudjana (2001:5) “Sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi”.

Pengambilan sampel ini dilakukan karena jumlah populasi yang besar sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruh populasi. Seperti yang dikemukakan Masri Singarimbun (1995 : 152) bahwa: “Dalam suatu penelitian harus didasarkan atas pertimbangan tenaga, biaya dan waktu maka seorang peneliti harus dapat memperkirakan besarnya sampel yang diambil.”

Dengan keterbatasan yang ada sehingga penulis mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan yaitu wisatawan nusantara yang ada di pantai pangandaran

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus dari Harun Al-Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

Keterangan:

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

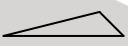
- δ = Bound of error yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5
 N = Populasi
 n = Sampel

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada, yaitu sebagai berikut :

- Distribusi skor simetris
- Nilai tertinggi skor responden : $(36 \times 5) = 180$
- Nilai terendah : $(36 \times 1) = 36$
- Rentang (Nilai tertinggi – Nilai terendah) = $180 - 36 = 144$
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standard deviator*) dengan menggunakan *deming empirical rule*, maka diperoleh :

$$S = (0,21) (144) = 30,24$$

Keterangan :

$S = (0,21)$, berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri , artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4

- Dengan derajat kepercayaan

$$= 95 \% \text{ dimana } \alpha = 0,05, Z = \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = 0,975 = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

- jadi $n_0 = \left[\frac{1,96 \times 30,24}{5} \right]^2 = 140,52$

- Dengan demikian jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{140,52}{1 + \frac{140,52}{895}}$$

$$n = \frac{140,52}{1,157} = 121,45 \approx 121$$

Namun untuk jaminan maka sampelnya di tambah menjadi 125 wisatawan seperti yang diungkapkan oleh Winarno Surakhmad (1998 : 100) “bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik tadi”

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*, yaitu teknik *sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur *sampel*, khususnya *simple random sampling*. Menurut Harun Al Rasyid, *simple random sampling* adalah: cara pengambilan sampel dari populasi sedemikian rupa sehingga setiap satuan *sampling* dalam populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk terpilih dan peluang itu diketahui sebelum pemilihan dilakukan.

Dikatakan *simple*/sederhana, karena cara pengambilan *sample* dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Cara kerja atau teknik pengambilan anggota sampel yaitu dengan pengundian atas nomor-nomor kamar hotel. Cara lain yang seringkali digunakan adalah dengan pengundian atas nomor-nomor individu yang ada didalam kerangka sampel, dalam hal ini masing-masing nomer atau nama dari N data anggota populasi dapat ditulis pada selembar kertas atau pada kepingan poker dan kemudian ditempatkan dalam sebuah cawan. Berikutnya sampel acak dengan ukuran n dapat ditarik dari cawan tersebut (Sugiarto, 2001 : 46). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Batasi populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah wisatawan pantai pangandaran yang menginap di hotel yang ada di sepanjang pantai pangandaran
2. Tentukan ukuran sampel yang digunakan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 125 responden dari sebagian totalitas populasi atau sebagian dari jumlah wisatawan pantai pangandaran yang menginap di hotel dengan penyebaran proporsi sampel sebagai berikut:

TABEL 3.4
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL

NO	HOTEL	N	N
1	Grand Mutiara	20	$20 / 895 \times 125 = 3$
2	Citra Satu	23	$23 / 895 \times 125 = 3$
3	Surya Pesona	80	$80 / 895 \times 125 = 11$
4	Melia Beach	25	$25 / 895 \times 125 = 3$
5	Malabar	45	$45 / 895 \times 125 = 6$
6	Duta	20	$20 / 895 \times 125 = 3$
7	Sandaan	35	$35 / 895 \times 125 = 5$
8	Bulak Laut	20	$20 / 895 \times 125 = 3$
9	Bintang Jelita	15	$15 / 895 \times 125 = 2$
10	Sunset	35	$35 / 895 \times 125 = 5$
11	Karang sari	30	$30 / 895 \times 125 = 4$
12	Surya Kencana	45	$45 / 895 \times 125 = 6$
13	Bumi Nusantara	70	$70 / 895 \times 125 = 10$
14	Laut Biru	80	$80 / 895 \times 125 = 11$
15	Mugibis	20	$20 / 895 \times 125 = 3$
16	Nyiur Indah	75	$75 / 895 \times 125 = 10$
17	Kembar Mas	35	$35 / 895 \times 125 = 5$
18	Saputra	18	$18 / 895 \times 125 = 3$
19	Aquarium	110	$110 / 895 \times 125 = 16$
20	Pangandaran Beach	73	$73 / 895 \times 125 = 10$
21	Puri Radita	20	$20 / 895 \times 125 = 3$
	TOTAL	895	125

3. Susun kerangka pemilihan sampel. Misalnya pada hotel grand mutiara Caranya membuat nomor urut mulai dari 01 sampai dengan 20 (nomor urut berdasarkan nomor kamar hotel) pada secarik kertas dan digulung kemudian masukan ke dalam gelas tertutup yang atasannya sudah dilubangi sedikit untuk mengeluarkan gulungan kertas tadi.

4. Kocok gelas berisi gulungan kertas dengan nomor urut 01 sampai 20 tadi dan keluarkan satu persatu hingga gulungan kertas tersebut keluar sebanyak 3 nomor.
5. Hubungkan nomor yang terpilih dengan nomor untuk masing-masing kamar hotel tempat wisatawan menginap. Misalnya nomor yang terpilih adalah 03, 15 dan 17 maka yang dijadikan sampel adalah wisatawan yang menginap di kamar hotel nomor 3, kamar no 15 dan kamar no 17. Lakukan hal yang sama untuk masing-masing hotel lainnya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan:

1. Studi kepustakaan, yaitu usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan ada kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Dengan cara mengumpulkan dan mempelajari literatur-literatur atau buku-buku, brosur dan dokumentasi-dokumentasi yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.
2. Angket, yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk mengetahui alasan atau tujuan wisatawan mengunjungi objek wisata Pantai pangandaran.
3. Riset lapangan yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke obyek yang dijadikan sasaran yaitu hotel yang ada disepanjang pantai pangandaran untuk

mengetahui jumlah wisatawan yang menginap di hotel tersebut guna menentukan populasi.

4. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dilakukan pada pengelola objek wisata Pantai pangandaran dalam hal ini yaitu pegawai dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Ciamis, serta kepada pihak pengelola hotel.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan 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, 2002:145)

Di dalam penelitian, 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 data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar 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 antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Dimana:

r = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan. (Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut :

TABEL 3.5
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpreasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,000 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002:245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (r) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Keputusan pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Perhitungan validitas pertanyaan dapat dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 13.0 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 13.0 *for window* sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data *variable X* dan *variable Y* setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
- 2) Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan *variable-variabel* penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Dihasilkan *output*, apakah data tersebut valid atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Tabel 3.6 berikut adalah hasil perhitungan setiap variabel dan variabel-variabel tersebut dinyatakan valid

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN

No	Variabel	R hitung	R tabel	Ket
	Publikasi (X1)			
1	Frekuensi membaca artikel	0,810	0.374	Valid
2	Isi/pesan artikel	0,710	0.374	Valid
3	Daya tarik isi/pesan artikel	0,608	0.374	Valid
4	Frekuensi mendengar berita	0,635	0.374	Valid
5	Frekuensi menonton/melihat tayangan di tv	0,801	0.374	Valid

6	Isi/pesan tayangan di TV	0,710	0,374	Valid
7	Frekuensi menonton di vcd	0,470	0,374	Valid
8	Daya tarik tayangan di vcd	0,671	0,374	Valid
9	Frekuensi menggunakan katalog	0,664	0,374	Valid
10	Kelengkapan isi/pesan katalog	0,590	0,374	Valid
11	Daya tarik desain katalog	0,590	0,374	Valid
12	Daya tarik gambar katalog	0,735	0,374	Valid
13	Daya tarik warna dalam katalog	0,601	0,374	Valid
14	Frekuensi melihat brosur	0,733	0,374	Valid
15	Daya tarik isi/pesan dalam brosur	0,733	0,374	Valid
16	Daya tarik desain brosur	0,662	0,374	Valid
17	Daya tarik gambar brosur	0,433	0,374	Valid
18	Daya tarik warna brosur	0,615	0,374	Valid
	Event (X2)			
19	Daya tarik hiburan musik band	0,723	0,374	Valid
20	Frekuensi melihat hiburan kesenian tradisional	0,550	0,374	Valid
21	Daya tarik hiburan kesenian tradisional	0,486	0,374	Valid
22	Frekuensi melihat perlombaan/pertandingan Olahraga di pangandaran	0,662	0,374	Valid
23	Dayatarik perlombaan/pertandingan olahraga	0,687	0,374	Valid
24	Frekuensi melihat / mengunjungi pameran	0,566	0,374	Valid
25	Daya tarik pameran	0,755	0,374	Valid
	News (X3)		0,374	Valid
26	Frekuensi mendengar berita dari mulut ke mulut	0,466	0,374	Valid
27	Frekuensi mendengar berita dari media elektronik	0,466	0,374	Valid
	Keputusan mengunjungi objek Wisata (Y)			
28	Pemilihan Merek (nama objek wisata)	0,783	0,374	Valid
29	Pemilihan informasi	0,629	0,374	Valid
30	Pemilihan kualitas alam	0,488	0,374	Valid
31	Pemilihan akses jalan	0,797	0,374	Valid
32	Pemilihan transportasi	0,799	0,374	Valid
33	Pemilihan waktu kunjungan wisata	0,656	0,374	Valid
34	Pemilihan berdasarkan kebutuhan berwisata	0,656	0,374	Valid
35	Kepuasan kunjungan	0,534	0,374	Valid
36	Frekuensi kunjungan	0,563	0,374	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2007

Berdasarkan Tabel 3.6 terlihat bahwa semua butir pertanyaan valid karena skor rhitung lebih besar jika dibandingkan dengan rtabel yang bernilai 0,374 pada derajat kebebasan 28 sebab jumlah instrumen yang diuji validitas dan reliabilitas sebanyak 30 instrumen.

Pada pengukuran validitas mengenai *marketing public relations* terlihat bahwa nilai validitas tertinggi terdapat pada instrumen frekuensi membaca artikel

yaitu sebesar 0,810 sedangkan butir soal terendah terdapat pada instrumen daya tarik gambar brosur yaitu dengan nilai sebesar 0,433.

Selanjutnya pada instrumen variabel keputusan mengunjungi objek wisata dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada instrumen pemilihan transportasi yang bernilai 0,799. Sedangkan nilai terkecil terdapat pada instrumen pemilihan kualitas alam dengan nilai 0,488.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu 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.

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan reliabilitas adalah “menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu” (Suharsimi Arikunto, 2002).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

(Husein Umar, 2002:146)

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_t^2 = Varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2002:147})$$

Keputusan 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 tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 13.0 *for window*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 13.0 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan data *variable X* dan *variable Y* setiap item jawaban responden atas nomor item pada data *view*.
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variable-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variable penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).

3. Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *Reliability Analyze*
4. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5. Dihasilkan *output*, apakah data tersebut reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa semua variabel reliabel karena skor r_{tabel} lebih besar dari skor r_{hitung} (0.374). Ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data dan akan memberikan hasil pengukuran yang sama. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 3.7.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN

No	Variabel/sub variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Publikasi	0.926	0.374	Reliabel
2	Event	0.861	0.374	Reliabel
3	News	0.631	0.374	Reliabel
4	Keputusan mengunjungi OW	0.891	0.374	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data 2007

3.2.7 Teknik Analisa Data

Setelah pengolahan data dilakukan, selanjutnya hasil pengolahan itu dianalisis untuk memahami dan menjelaskan hasil pengolahan secara statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *marketing public relations* terhadap keputusan mengunjungi objek wisata dengan responden yaitu wisatawan nusantara di objek wisata Pantai Pangandaran.

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil wawancara kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan

data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan. Data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh independen :

1. X_1 yaitu publikasi yang terdiri dari artikel ($X_{1.1}$), multimedia ($X_{1.2}$), katalog ($X_{1.3}$), dan brosur ($X_{1.4}$) terhadap variabel dependen Y yaitu keputusan mengunjungi objek wisata.
2. X_2 yaitu *event* yang terdiri dari hiburan musik band ($X_{2.1}$), hiburan kesenian tradisional ($X_{2.2}$), pertandingan olahraga ($X_{2.3}$), dan pameran ($X_{2.4}$) terhadap variabel dependen Y yaitu keputusan mengunjungi objek wisata.
3. X_3 yaitu *news* yang terdiri dari *news* melalui mulut ke mulut ($X_{3.1}$) dan *news* melalui media elektronik ($X_{3.2}$) terhadap variabel dependen Y yaitu keputusan mengunjungi objek wisata.
4. X yaitu *marketing public relations* yang terdiri dari publikasi (X_1), *event* (X_2), dan *news* (X_3) terhadap variabel dependen Y yaitu keputusan mengunjungi objek wisata.

Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. *Method of Succesive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah 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 untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

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

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

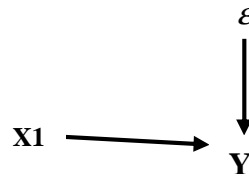
2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 13.0, menurut Kusnendi (2004: 26) adalah:

- 1) Transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. Untuk itu pilih menu *Analyze*. Pilih *Descriptive Statistik*. Klik *Descriptive*. Blok semua variabel, klik $>$. Klik *Ok*. Klik *save* untuk menyimpan data.
- 2) Untuk memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *Analyze*, pilih *Regression*, klik *Linier*. Pengisian kotak *Dependent*, klik variabel endogen, yaitu Zscore (Y)(zy) dan klik $>$. Pengisian kotak *Independent*, blok semua variabel eksogen dan klik $>$. *Method*, pilih *Backward*. Kemudian dari kotak *Statistik*, klik *Descriptive*.

Setelah data penelitian berskala interval, selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian.

Struktur hubungan antara X1, dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis 1 yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara publikasi (X1) yang terdiri dari artikel(X1.1), multimedia (X1.2), katalog (X1.3), brosur (X1.4), terhadap keputusan mengunjungi objek wisata (Y)



GAMBAR 3.1
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 1

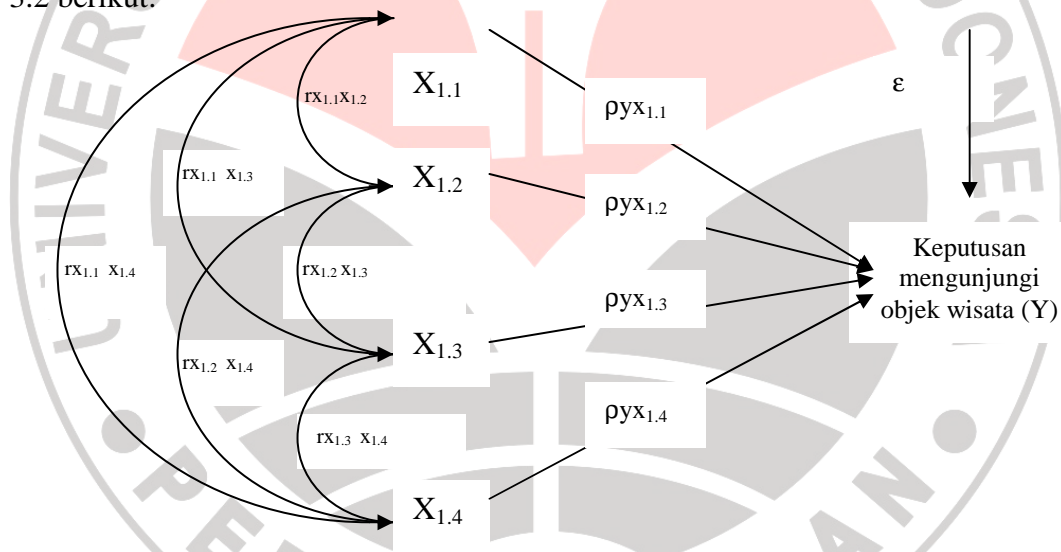
Keterangan :

X1 = publikasi

Y = Keputusan mengunjungi objek wisata

ε = Variabel Residu

Selanjutnya diagram hipotesis I di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 1

Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{pmatrix} X1.1 & X1.2 & X1.3 & X1.4 \\ 1 & rX1.1X1.2 & rX1.3X1.1 & rX1.4X1.1 \\ & 1 & rX1.3X1.2 & rX1.4X1.2 \\ & & 1 & rX1.4X1.3 \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

Menghitung matrik invers

$$R1^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X1.1 & X1.2 & X1.3 & X1.4 \end{matrix} \\ \begin{matrix} C1.1.1.1 & C1.1.1.2 & C1.2.1.3 & C1.1.1.4 \\ & C1.2.1.2 & C1.2.1.3 & C1.2.1.4 \\ & & C1.3.1.3 & C1.3.1.4 \\ & & & C1.4.1.4 \end{matrix} \end{matrix}$$

Menghitung koefisien jalur

$$\begin{matrix} \begin{matrix} PYX1.1 \\ PYX1.2 \\ PYX1.3 \\ PYX1.4 \end{matrix} \\ \end{matrix} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X1.1 & X1.2 & X1.3 & X1.4 \end{matrix} \\ \begin{matrix} C1.1.1.1 & C1.1.1.2 & C1.1.1.3 & C1.1.1.4 \\ & C1.1.1.2 & C1.1.1.3 & C1.1.1.4 \\ & & C1.1.1.3 & C1.1.1.4 \\ & & & C1.1.1.4 \end{matrix} \end{matrix} \begin{matrix} \begin{matrix} rYX1.1 \\ rYX1.2 \\ rYX1.3 \\ rYX1.4 \end{matrix} \end{matrix}$$

Hitung R²Y (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X1.1, X1.2, X1.3, X1.4 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X1.1, \dots, X1.4) = \begin{bmatrix} P_{YX1.1} & \dots & P_{YX1.4} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX1.1} \\ \dots \\ r_{YX1.4} \end{bmatrix}$$

Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X1 terhadap Y:

Pengaruh (X1.1) terhadap (Y)

- Pengaruh langsung = PYX1.1 . PYX1.1
- Pengaruh tidak langsung melalui (X1.2) = PYX1.1 . rX1.1X1.2 . PYX1.2
- Pengaruh tidak langsung melalui (X1.3) = PYX1.1 . rX1.1X1.3 . PYX1.3
- Pengaruh tidak langsung melalui (X1.4) = PYX1.1 . rX1.1X1.4 . PYX1.4 +
- Pengaruh total (X1.1) terhadap Y =

Pengaruh (X1.2) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{PYX1.2} \cdot \text{PYX1.2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.1)} &= \text{PYX1.2} \cdot r_{X1.2X1.1} \cdot \text{PYX1.1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.3)} &= \text{PYX1.2} \cdot r_{X1.2X1.3} \cdot \text{PYX1.3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.4)} &= \underline{\text{PYX1.2} \cdot r_{X1.2X1.4} \cdot \text{PYX1.4}} + \\ \text{Pengaruh total (X1.2) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X1.3) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{PYX1.3} \cdot \text{PYX1.3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.1)} &= \text{PYX1.3} \cdot r_{X1.3X1.1} \cdot \text{PYX1.1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.2)} &= \text{PYX1.3} \cdot r_{X1.3X1.2} \cdot \text{PYX1.2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.4)} &= \underline{\text{PYX1.3} \cdot r_{X1.3X1.4} \cdot \text{PYX1.4}} + \\ \text{Pengaruh total (X1.3) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X1.4) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{PYX1.4} \cdot \text{PYX1.4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.1)} &= \text{PYX1.4} \cdot r_{X1.4X1.1} \cdot \text{PYX1.1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.2)} &= \text{PYX1.4} \cdot r_{X1.4X1.2} \cdot \text{PYX1.2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X1.3)} &= \underline{\text{PYX1.4} \cdot r_{X1.4X1.3} \cdot \text{PYX1.3}} + \\ \text{Pengaruh total (X1.4) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: \text{PYX1.1} = \text{PYX1.2} = \text{PYX1.3} = \text{PYX1.4} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $\text{PPYX}_i \neq 0$, $i = 1, 2, 3$, dan 4

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i} \right)}$$

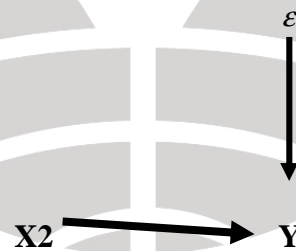
Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n - k - 1$.

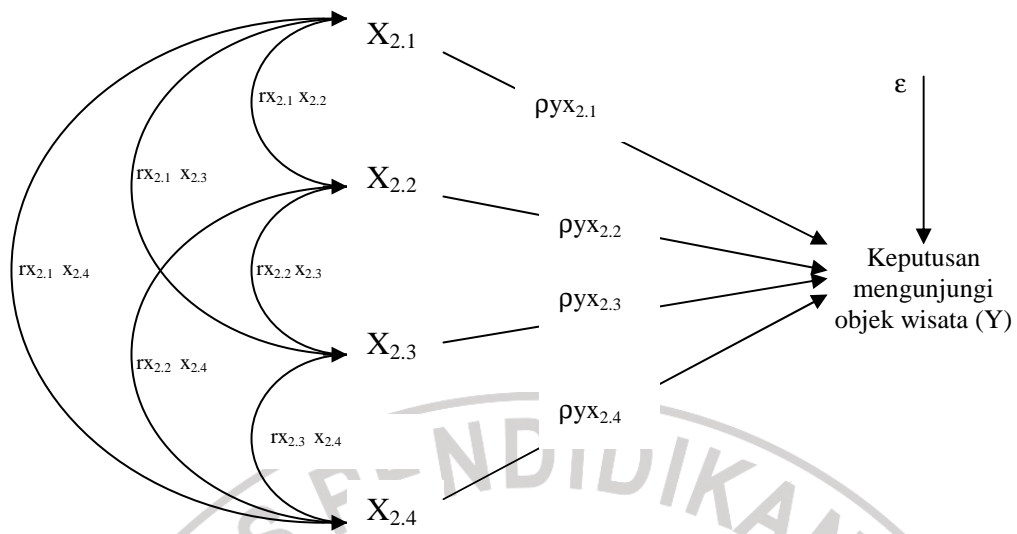
Selanjutnya struktur hubungan antara X2 dan Y juga diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis 2 berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *event* (X2) yang terdiri dari hiburan musik band (X2.1), hiburan musik tradisional (X2.2), pertandingan olahraga (X2.3), dan pameran (X2.4) terhadap keputusan mengunjungi objek wisata (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 2

Selanjutnya diagram hipotesis 2 di atas dijelaskan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 berikut ini:



GAMBAR 3.4
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 2

Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas

$$R_2 = \begin{pmatrix} X_{2.1} & X_{2.2} & X_{2.3} & X_{2.4} \\ 1 & r_{X_{2.1}X_{2.2}} & r_{X_{2.3}X_{2.1}} & r_{X_{2.4}X_{2.1}} \\ & 1 & r_{X_{2.3}X_{2.2}} & r_{X_{2.4}X_{2.2}} \\ & & 1 & r_{X_{2.4}X_{2.3}} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

Menghitung matrik invers

$$R_2^{-1} = \begin{pmatrix} X_{2.1} & X_{2.2} & X_{2.3} & X_{2.4} \\ C_{2.1.2.1} & C_{2.1.2.2} & C_{2.2.2.3} & C_{2.1.2.4} \\ & C_{2.2.2.2} & C_{2.2.2.3} & C_{2.2.2.4} \\ & & C_{2.3.2.3} & C_{2.3.2.4} \\ & & & C_{2.4.2.4} \end{pmatrix}$$

Menghitung koefisien jalur

$$\begin{pmatrix} \text{PYX2.1} \\ \text{PYX2.2} \\ \text{PYX2.3} \\ \text{PYX2.4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \text{X2.1} & \text{X2.2} & \text{X2.3} & \text{X2.4} \\ \text{C2.1.2.1} & \text{C2.1.2.2} & \text{C2.1.2.3} & \text{C2.1.2.4} \\ & \text{C2.1.2.2} & \text{C2.1.2.3} & \text{C2.1.2.4} \\ & & \text{C2.1.2.3} & \text{C2.1.2.4} \\ & & & \text{C2.1.2.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \text{rYX2.1} \\ \text{rYX2.2} \\ \text{rYX2.3} \\ \text{rYX2.4} \end{pmatrix}$$

Hitung R^2Y (X2.1, X2.2, X2.3, X2.4) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X2.1, X2.2, X2.3, X2.4 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X2.1, \dots, X2.4) = [P_{YX2.1} \dots P_{YX2.4}] \begin{bmatrix} r_{YX2.1} \\ \dots \\ r_{YX2.4} \end{bmatrix}$$

Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X2 terhadap Y:

Pengaruh (X2.1) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{PYX2.1} \cdot \text{PYX2.1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.2)} &= \text{PYX2.1} \cdot r_{X2.1X2.2} \cdot \text{PYX2.2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.3)} &= \text{PYX2.1} \cdot r_{X2.1X2.3} \cdot \text{PYX2.3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.4)} &= \text{PYX2.1} \cdot r_{X2.1X2.4} \cdot \text{PYX2.4} + \\ \text{Pengaruh total (X2.1) terhadap Y} &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X2.2) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{PYX2.2} \cdot \text{PYX2.2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.1)} &= \text{PYX2.2} \cdot r_{X2.2X2.1} \cdot \text{PYX2.1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.3)} &= \text{PYX2.2} \cdot r_{X2.2X2.3} \cdot \text{PYX2.3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.4)} &= \text{PYX2.2} \cdot r_{X2.2X2.4} \cdot \text{PYX2.4} + \\ \text{Pengaruh total (X2.2) terhadap Y} &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X2.3) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{PYX2.3} \cdot \text{PYX2.3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.1)} &= \text{PYX2.3} \cdot r_{X2.3X2.1} \cdot \text{PYX2.1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.2)} &= \text{PYX2.3} \cdot r_{X2.3X2.2} \cdot \text{PYX2.2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X2.4)} &= \text{PYX2.3} \cdot r_{X2.3X2.4} \cdot \text{PYX2.4} + \\ \text{Pengaruh total (X2.3) terhadap Y} &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X2.4) terhadap (Y)	
Pengaruh langsung	= $P_{YX2.4} \cdot P_{YX2.4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X2.1)	= $P_{YX2.4} \cdot r_{X2.4X2.1} \cdot P_{YX2.1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X2.2)	= $P_{YX2.4} \cdot r_{X2.4X2.2} \cdot P_{YX2.2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X2.3)	= $\frac{P_{YX2.4} \cdot r_{X2.4X2.3} \cdot P_{YX2.3}}{\dots\dots\dots}$ +
Pengaruh total (X2.4) terhadap Y	= $\dots\dots\dots$

Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X2.1, X2.2, \dots, X2.4)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX2.1} = P_{YX2.2} = P_{YX2.3} = P_{YX2.4} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3$, dan 4

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}\right)}$$

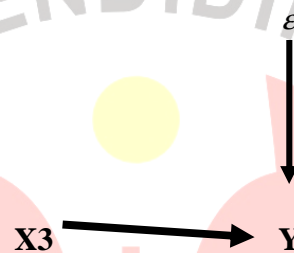
Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)})(C_{ii} + C_{jj} + C_{ij})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

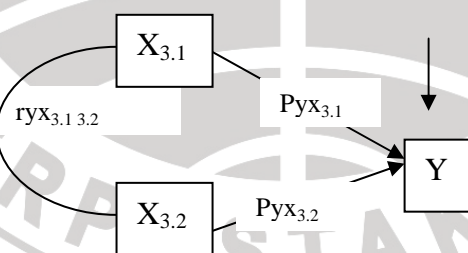
Selanjutnya struktur hubungan antara X3 dan Y juga diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis 3 berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *news* (X3) yang terdiri dari news melalui mulut ke mulut (X3.1), dan news melalui media elektronik (X3.2) terhadap keputusan mengunjungi objek wisata (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.5
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 3

Selanjutnya diagram hipotesis 3 di atas dijelaskan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.6 berikut ini:



GAMBAR 3.6
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 3

Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas

$$R3 = \begin{pmatrix} X3.1 & X3.2 \\ 1 & r_{X3.1X3.2} \\ & 1 \end{pmatrix}$$

Menghitung matrik invers

$$R3^{-1} = \begin{pmatrix} X3.1 & X3.2 \\ C3.1.3.1 & C3.1.3.2 \\ & C3.2.3.2 \end{pmatrix}$$

Menghitung koefisien jalur

$$\begin{pmatrix} PYX3.1 \\ PYX3.2 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} X3.1 & X3.2 \\ C3.1.3.1 & C3.1.3.2 \\ & C3.1.3.2 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} rYX3.1 \\ rYX3.2 \end{pmatrix}$$

Hitung R^2Y (X3.1, X3.2) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X3.1, X3.2 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y(X3.1, X3.2) = \begin{bmatrix} P_{YX3.1} & P_{YX3.2} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX3.1} \\ r_{YX3.2} \end{bmatrix}$$

Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X3 terhadap Y:

Pengaruh (X3.1) terhadap (Y)

Pengaruh langsung

$$= PYX3.1 \cdot PYX3.1$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X3.2) = $\frac{PYX3.1 \cdot r_{X3.1X3.2} \cdot PYX3.2}{PYX3.2}$ +

Pengaruh total (X3.1) terhadap Y =

Pengaruh (X3.2) terhadap (Y)

Pengaruh langsung

$$= PYX3.2 \cdot PYX3.2$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X3.1) = $\frac{PYX3.2 \cdot r_{X3.2X3.1} \cdot PYX3.1}{PYX3.1}$ +

Pengaruh total (X3.2) terhadap Y =

Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X3.1, X3.2)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$H_0: P_{YX3.1} = P_{YX3.2} = 0$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0, i = 1, 2$

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}\right)}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.7 berikut.



GAMBAR 3.7
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

X : *marketing public relations*

Y : keputusan mengunjungi objek wisata

ε : Epsilon (Variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *marketing public relations* berpengaruh terhadap keputusan mengunjungi objek wisata. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

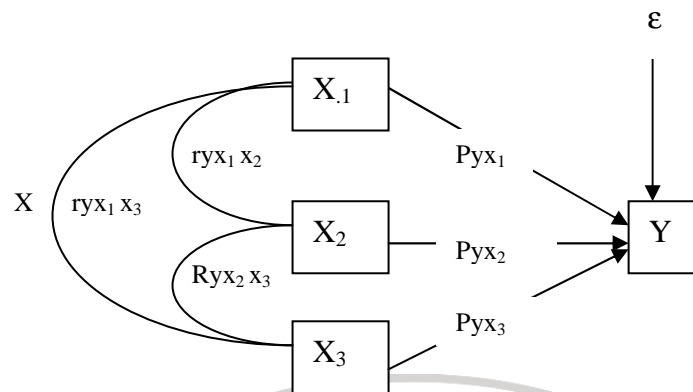
Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *marketing public relations* yang terdiri dari publikasi (X_1), *event* (X_2), dan *news* (X_3) terhadap keputusan mengunjungi objek wisata. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.8
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 4

Selanjutnya diagram hipotesis 4 di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.9 berikut:



GAMBAR 3.9
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS 4

Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{pmatrix} X1 & X2 & X3 \\ 1 & r_{X1X2} & r_{X3X1} \\ & 1 & r_{X3X2} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

Menghitung matrik invers

$$R1^{-1} = \begin{pmatrix} X1 & X2 & X3 \\ C1.1 & C1.2 & C2.3 \\ & C2.2 & C2.3 \\ & & C3.3 \end{pmatrix}$$

Menghitung koefisien jalur

$$\begin{pmatrix} PYX1 \\ PYX2 \\ PYX3 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X1 & X2 & X3 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 \\ & C2.2 & C2.3 \\ & & C3.3 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX.1} \\ r_{YX.2} \\ r_{YX.3} \end{pmatrix}$$

Hitung $R^2_Y (X_1, X_2, X_3)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2_Y (X_1, \dots, X_3) = \begin{bmatrix} P_{YX.1} & \dots & P_{YX.3} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX1} \\ \dots \\ r_{YX3} \end{bmatrix}$$

Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X terhadap Y:

Pengaruh (X_1) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= P_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot P_{YX3} + \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap } Y &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X_2) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= P_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot P_{YX3} + \\ \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap } Y &= \dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X_3) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX3} \cdot P_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= P_{YX3} \cdot r_{X3X1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= P_{YX3} \cdot r_{X3X2} \cdot P_{YX2} + \\ \text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \dots \end{aligned}$$

Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, \dots, X_3)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX1} = P_{YX2} = P_{YX3} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YXi} \neq 0, i = 1, 2, 3$

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi}\right)}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, \dots, X1.4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur. Secara statistika, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Menafsirkan sejauh mana pengaruh *marketing public relations* terhadap keputusan mengunjungi objek wisata dapat digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.8.

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN DETERMINASI

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT PENGARUH
0 – 19.99%	Sangat Lemah
20% - 39.99%	Lemah
40% - 59.99%	Sedang
60% - 79.99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2005:183)

Adapun untuk membantu dalam proses pengolahan data dan pengujian hipotesis, menggunakan perangkat lunak (software) statistik SPSS 13.0

