

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, yang menganalisis revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai independent variabel (variabel bebas) atau variabel X adalah tanggapan perusahaan mengenai revitalisasi produk wisata yang terdiri dari, revitalisasi atraksi (X1), revitalisasi amenitas (X2), dan revitalisasi aksesibilitas (X3). Sedangkan *variable dependent* (variable terikat) atau variabel Y yang diteliti yaitu preferensi mengunjungi yang terdiri dari lokasi, aksesibilitas, fasilitas, suasana, pelayanan dan kemampuan karyawan.

Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah wisatawan umum yang datang ke objek wisata Lembah Bougenville Resort. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai pengaruh revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi objek wisata *Lembah Bougenville Resort*.

Penelitian ini dilakukan satu kali dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang dilakukan adalah *cross sectional*. Menurut Uma sekaran (2007:315) “penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali (yang dilakukan selama periode hari, minggu atau bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian”. Penelitian ini dilakukan selama beberapa hari pada bulan November.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan dua jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut pendapat Sugiyono (2009:6), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain”. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai pandangan perusahaan terhadap strategi revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi objek wisata *Lembah Bougenville Resort*.

Penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui strategi revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi *Lembah Bougenville Resort*.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2009:7)

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.

Objek yang dijadikan responden adalah para pengunjung yang mengunjungi objek wisata *Lembah Bougenville Resort*. Berdasarkan uraian di atas, maka akan diteliti mengenai strategi revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Asep Hermawan (2006:53) yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu: variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif. Variabel terikat (*dependent variabel*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variasi bebas.

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah strategi variabel X adalah tanggapan perusahaan mengenai revitalisasi produk wisata yang terdiri dari, revitalisasi atraksi (X1), revitalisasi amenitas (X2), dan revitalisasi aksesibilitas (X3). Sedangkan variabel *dependent* (variabel terikat) atau variabel Y yang diteliti yaitu preferensi mengunjungi yang terdiri dari lokasi, aksesibilitas, fasilitas, suasana, pelayanan dan kemampuan karyawan.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 3.1 di bawah:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variable	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No angket
Revitalisasi Produk Wisata (X)	Menghidupkan kembali suatu kawasan yang sudah mati, meningkatkan kawasan yang sudah hidup, menyuntikan sesuatu yang baru (aktivitas dan bangunan) pada suatu kawasan				

Revitalisasi Atraksi	Perubahan atau pemunculan kembali sesuatu yang dapat ditawarkan kepada mereka bila mereka datang berkunjung pada suatu Negara atau daya tarik wisata tertentu. Nindyo Suwarno (2008)	Atraksi wisata alam	<ul style="list-style-type: none"> Keindahan panorama (penempatan kawasan yang disesuaikan dengan keindahan panorama) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keindahan panorama yang dapat dinikmati (penempatan kawasan yang baru) 	Ordinal	III.A.1
		Atraksi buatan manusia/ <i>Event Attraction</i>	<ul style="list-style-type: none"> Atraksi hiburan yang kreatif 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat atraksi hiburan yang kreatif 	Ordinal	III.A.2
		<ul style="list-style-type: none"> Atraksi buatan yang menciptakan posisi di benak konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penciptaan posisi di benak konsumen 	Ordinal	III.A.3	
		<ul style="list-style-type: none"> Terdapat atraksi yang membuat konsumen ingin menikmatinya secara terus menerus. 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemenarikan atraksi baru yang ditawarkan. 	Ordinal	III.A.4	
		<ul style="list-style-type: none"> Terdapat atraksi yang berbeda dengan daya tarik wisata lain. 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemenarikan atraksi dibandingkan daya tarik wisata lain. 	Ordinal	III.A.5	
Revitalisasi Amenitas	Perubahan atau pemunculan pada prasarana atau fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, transportasi, rekreasi dan lain-lain. Nindyo Suwarno (2008)	Fasilitas dasar	<ul style="list-style-type: none"> Kelengkapan fasilitas baru dibandingkan sebelumnya 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kelengkapan fasilitas 	Ordinal	III.B.1
		<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan dalam mendapatkan fasilitas yang di butuhkan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan mendapatkan fasilitas umum 	Ordinal	III.B.2	
		<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya sarana rekreasi dan taman bermain 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kenyamanan sarana rekreasi dan taman bermain 	Ordinal	III.B.3	
		<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya sarana rumah makan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kenyamanan 	Ordinal	III.B.4	

		<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya sarana penginapan • Tersedianya sarana informasi dan papan petunjuk arah • Tersedianya sarana transportasi 	<ul style="list-style-type: none"> • rumah makan • Tingkat kenyamanan penginapan • Tingkat kenyamanan sarana informasi dan papan petunjuk arah • Tingkat kenyamanan sarana transportasi 	Ordinal	III.B.5
		<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas khusus/pendukung • Tersedianya tempat parkir 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan tempat parkir 	Ordinal	III.B.6
		<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya WC umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan WC umum 	Ordinal	III.B.7
		<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya mushola/mesjid 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan mushola/mesjid 	Ordinal	III.B.8
		<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya kios cenderamata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan kios cenderamata 	Ordinal	III.B.9
				Ordinal	III.B.10
				Ordinal	III.B.11
Revitalisasi Aksesibilitas	Kemudahan dalam memperoleh atau mencapai tujuan daya tarik wisata. Nindyo Suwarno (2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan menjangkau ODTW • Kenyamanan saat perjalanan • Efisiensi waktu yang ditempuh • Infrastruktur yang lebih baik • Ketersediaan angkutan umum 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan menjangkau ODTW • Tingkat kenyamanan saat perjalanan • Tingkat efisiensi waktu yang ditempuh • Tingkat infrastruktur yang lebih baik • Tingkat kenyamanan angkutan umum 	Ordinal	III.C.1
				Ordinal	III.C.2
				Ordinal	III.C.3
				Ordinal	III.C.4
				Ordinal	III.C.5

Preferensi Mengunjungi (Y)	Preferensi wisatawan merupakan nilai-nilai yang dianut wisatawan dalam menghadapi berbagai bentuk konflik dalam lingkungannya. Konflik ini tidak harus konflik dalam bentuk fisik, namun pengertian konflik yang dimaksudkan meliputi konflik dalam arti perbedaan antara harapan dengan realisasi yang dirasakan dari permasalahan yang dihadapi Sudibyo (2004:4)				
Kenyamanan Lokasi	Suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu Oka A Yoeti (2004:29)	- Lokasi	- Tingkat preferensi berdasarkan lokasi	Ordinal	IV.A.1
Kemudahan aksesibilitas	Kemudahan dalam memperoleh atau mencapai tujuan daya tarik wisata. Oka A. Yoeti (2002:211)	- Aksesibilitas	- Tingkat preferensi berdasarkan aksesibilitas	Ordinal	IV.B.1
Kelengkapan Fasilitas	Semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhan selama tinggal atau berkunjung kepada suatu daya tarik wisata. Oka A. Yoeti (2008:16)	- Fasilitas	- Tingkat preferensi berdasarkan fasilitas	Ordinal	IV.C.1
Suasana	Keadaan sekitar daya tarik wisata. Oka. A Yoeti (2003)	- Suasana	- Tingkat preferensi berdasarkan suasana	Ordinal	IV.D.1
Pelayanan yang diberikan	Kepuasan kebutuhan pelanggan atas dasar pertimbangan dan apa	- Pelayanan	- Tingkat preferensi berdasarkan	Ordinal	IV.E.1

	yang dihasilkan suatu usaha baginya tidak begitu penting. Oka. A Yoeti (2000:31)		pelayanan		
Kemampuan karyawan	Suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat. Oka. A Yoeti (2006:109)	- Kemampuan karyawan	- Tingkat preferensi berdasarkan kemampuan karyawan		IV.F.1

3.2.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden, sedangkan jika penelitian menggunakan teknik observasi, maka sumber data bias berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder). Menurut Hermawan (2005:168) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu ;

1. Data Primer

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

2. Data Sekunder

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

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

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang selanjutnya diterangkan pada Tabel 3.2 di bawah ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Sumber Data	Jenis data
1	Statistik kunjungan wisatawan di Indonesia 2001-2010	BPS	Data sekunder
2	Statistik kunjungan wisatawan di Jawa Barat 2006-2009	BPS Jawa Barat	Data sekunder
3	Data produk pariwisata Kabupaten Bandung Barat	Dispar KBB	Data sekunder
4	Data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung Barat	Dispar KBB, 2010	Data sekunder
5	Data objek wisata Desa cibodas	Kelurahan desa Cibodas, 2010	Data primer
6	Data pengunjung Lembah Bougenville Resort 2005-2010	Lembah Bougenville Resort, 2011	Data primer
7	Program yang dilakukan Lembah Bougenville Resort	Kantor Lembah Bougenville Resort	Data Sekunder
8	Profil Perusahaan	Kantor Lembah Bougenville Resort	Data Sekunder
9	Tanggapan responden mengenai revitalisasi produk wisata	Pengunjung Lembah Bougenville Resort	Data Primer
10	Tanggapan responden mengenai preferensi mengunjungi	Pengunjung Lembah Bougenville Resort	Data Primer

Sumber: pengolahan data 2011

3.2.3 Populasi Sampel dan Teknik pengambilan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Setiap kegiatan penelitian senantiasa memerlukan sumber data. Data yang diperoleh dari lapangan untuk kemudian dianalisis dan digunakan untuk menjawab

masalah yang diteliti atau untuk menguji hipotesis. Pengertian populasi dikemukakan oleh Sugiyono (2009:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai produk wisata dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya orang tetapi juga benda-benda alam lain serta keseluruhan jumlah objek dan karakteristik objek itu. Populasi di Lembah Bougenville *Resort* terdiri dari individu, perusahaan dan group. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Lembah Bougenville *Resort*.

TABEL 3.3
JUMLAH PENGUNJUNG LEMBAH BOUGENVILLE RESORT 2005-2010

Tahun	Jumlah
2005	12.871
2006	14.138
2007	12.631
2008	15.005
2009	13.837
2010	12.109
jumlah	76.591

Sumber : Lembah Bougenville *Resort*, 2011

Hal pertama yang harus dilakukan oleh seorang peneliti adalah harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, jadi dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata dari jumlah pengunjung tiga tahun terakhir yaitu tahun 2010 yaitu sebanyak 12.109 pengunjung Lembah Bougenville *Resort*.

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penarikan sampel ditujukan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi penelitian. Dengan adanya sampel, maka waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh peneliti menjadi lebih efisien.

Adapun Rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003:141) yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang didapat

TABEL 3.4
DATA KUNJUNGAN LEMBAH BOUGENVILLE RESORT

No	Tahun Kunjungan	Jumlah Wisatawan
1	2008	15.005
2	2009	13.837
3	2010	12.109

Sumber : Lembah Bougenville *Resort*, 2011

$$\text{Rata-rata jumlah pengunjung per bulan} = \frac{12.109}{12}$$

$$= 1.009,0833 \approx 1.009 \text{ Orang}$$

Berdasarkan Rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1009}{1 + 1009 \times 0,1^2}$$

$$n = 99,98 \approx 100$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 orang

Untuk memperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang responden dari 100 wisatawan yang berkunjung, maka peneliti menarik pada jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2010.

3.2.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling* (sampling sistematis). Menurut Sugiyono (2009:116) mengemukakan bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengunjung Lembah Bougenville Resort.

2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *Checkpoint*, dalam penelitian ini tempat yang dijadikan sebagai *checkpoint* adalah Lembah Bougenville Resort.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 09.00-16.00 (rentang waktu datangnya pengunjung).
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama checkpoint. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pengunjung. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan rumus : $I = N/n$
5. Tentukan ukuran sampel pengunjung yang akan disurvei.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Pengumpulan data diperlukan untuk menguji anggapan dasar dan hipotesis. Menurut Sugiyono (2008:224), “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Data digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara sebagai teknik langsung dengan pihak Disbudpar Kabupaten Bandung Barat untuk memperoleh data mengenai mengenai data wisatawan

dan pengembangan revitalisasi produk wisata dalam upaya menciptakan preferensi mengunjungi Lembah Bougenville Resort.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek wisata yang dituju dan berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya revitalisasi produk wisata di Lembah Bougenville Resort.

3. Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, Penilaian responden terhadap revitalisasi produk wisata dan preferensi mengunjungi. Kuesioner ditujukan kepada pengunjung objek wisata di Lembah Bougenville Resort.

4. Studi literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari revitalisasi produk wisata dan preferensi mengunjungi.

3.2.5 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.5.1 Hasil Pengujian Validitas

Suharsimi Arikunto (2009:145) yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Validitas merupakan sejauhmana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Maka dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan kemampuan alat ukur untuk mengukur secara benar. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor item-item instrumen dengan rumus *Product Moment Pearson*, yaitu;

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2009:146)

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

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

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18.0 *for window* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	ket
Atraksi wisata				
1	Keindahan panorama yang dapat dinikmati	0,808	0,374	Valid
2	Penciptaan posisi merek dibenak konsumen	0,667	0,374	Valid
3	Kemenarikan atraksi yang ditawarkan	0,773	0,374	Valid
4	Kemenarikan dibandingkan daya tarik wisata lain	0,546	0,374	Valid
Amenitas				
1	Fasilitas baru yang ditawarkan seperti : cottage, playground, restaurant dan taman burung	0,738	0,374	Valid
2	Kemudahan dalam mendapatkan fasilitas yang dibutuhkan	0,769	0,374	Valid
3	Kelengkapan sarana rekreasi dan taman bermain	0,691	0,374	Valid
4	Sarana rumah makan seperti harga makanan	0,707	0,374	Valid
5	Sarana penginapan seperti harga dan fasilitas kamar	0,727	0,374	Valid
6	Kelengkapan sarana informasi dan papan petunjuk arah	0,794	0,374	Valid
7	Kelengkapan sarana transportasi seperti : Tempat parkir, akses menuju lokasi dan angkutan umum menuju lokasi	0,716	0,374	Valid
8	Kenyamanan WC umum	0,639	0,374	Valid
9	Kenyamanan Mushola/mesjid	0,731	0,374	Valid
10	Kelengkapan kios cindramata	0,669	0,374	Valid
Aksesibilitas				
1	Kemudahan menjangkau daya tarik wisata menggunakan transportasi pribadi	0,714	0,374	Valid
2	Kemudahan menjangkau daya tarik wisata menggunakan transportasi umum	0,643	0,374	Valid
3	Kenyamanan saat perjalanan	0,813	0,374	Valid
4	Infrastruktur yang baik	0,686	0,374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	ket
Preferensi				
1	Lokasi	0,518	0,374	Valid
2	Aksesibilitas	0,756	0,374	Valid
3	Fasilitas	0,708	0,374	Valid
4	Suasana	0,763	0,374	Valid
5	Pelayanan	0,576	0,374	Valid
6	Kemampuan karyawan	0,708	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan hasil pengujian validitas maka dapat dilihat bahwa variabel revitalisasi produk wisata dan preferensi mengunjungi menunjukkan item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Hasil pengukuran validitas terbesar yang terdapat pada variabel revitalisasi produk wisata adalah pada dimensi atraksi wisata sebesar 0,808 pada item pertanyaan keindahan panorama yang dapat dinikmati dan terendah pada dimensi atraksi wisata terletak pada item pertanyaan kemenarikan dibandingkan daya tarik wisata lain sebesar 0,546.

Pengukuran validitas terbesar pada dimensi amenitas terdapat pada item pertanyaan kelengkapan sarana informasi dan papan petunjuk arah sebesar 0,794, sedangkan pengukuran validitas terendah berada pada item pertanyaan kenyamanan WC umum sebesar 0,639. Pada dimensi aksesibilitas pengukuran validitas terbesar terdapat pada item pertanyaan kenyamanan saat perjalanan sebesar 0,813 sedangkan hasil pengukuran validitas terendah terdapat pada item pertanyaan kemudahan menjangkau daya tarik wisata menggunakan transportasi umum sebesar 0,643. Pada

variabel Preferensi Mengunjungi, hasil validitas terbesar adalah pada item pertanyaan suasana sebesar 0,763. Hasil pengukuran validitas terendah pada item pertanyaan lokasi sebesar 0,518. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang terdiri dari 24 item pertanyaan, dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.5.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:158), "Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik". Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus alpha. Rumus alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian (Suharsimi Arikunto, 2009:159).

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88). Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah:

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

(Suharsimi Arikunto, 2009:196)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyak butir pertanyaan

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

σ^2 = Varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \left[\frac{\sum x}{N} \right]^2}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2009:184)

Keterangan:

σ^2 = Varians

$\sum X$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Keputusan reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha)	r_{tabel}	Keterangan
1	Revitalisasi Produk Wisata	0,868	0,070	Reliabel
2	Preferensi Mengunjungi	0,774	0,070	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2011

Berdasarkan Tabel data hasil realibitas menunjukkan bahwa Revitalisasi Produk Wisata (X) dan Preferensi Mengunjungi (Y) reliabel karena r_{hitung} lebih besar

dari r_{tabel} . Hasil uji reabilitas revitalisasi produk wisata memperoleh r_{hitung} sebesar 0,868 sedangkan preferensi mengunjungi memperoleh r_{hitung} sebesar 0,774.

3.2.6 Rancangan Analisis Data

3.2.6.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, yaitu:

1. Tanggapan wisatawan umum mengenai revitalisasi produk wisata di objek wisata Lembah Bougenville *Resort* yang terdiri dari revitalisasi atraksi, revitalisasi amenitas dan revitalisasi aksesibilitas.
2. Tanggapan wisatawan umum mengenai preferensi mengunjungi yang terdiri dari kenyamanan lokasi, kemudahan aksesibilitas dan kelengkapan fasilitas.

3.2.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk dapat mengetahui perilaku antara satu variabel dengan variabel lainnya dengan memberikan keterangan mengenai pengaruh revitalisasi produk wisata. Adapun yang menjadi variabel X yaitu revitalisasi produk wisata yang terdiri dari revitalisasi atraksi, revitalisasi amenitas dan revitalisasi aksesibilitas. Sedangkan variabel terikat (Y) adalah preferensi mengunjungi, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui

efektivitas revitalisasi produk wisata terhadap preferensi mengunjungi. Berikut ini adalah langkah-langkah pengerjaan analisis verifikatif:

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* atau analisis jalur, karena penelitian ini menganalisis tiga variabel X variabel, revitalisasi atraksi (X_1), revitalisasi amenitas (X_2) dan revitalisasi aksesibilitas (X_3) sedangkan variabel Y adalah preferensi mengunjungi.

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dalam operasionalisasi variabel. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan dengan *Method Successive Interval*. Adapun langkah-langkahnya adalah:

1. Hitung frekuensi (f) data ordinal hasil kuesioner.
2. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.
4. Menghitung nilai interval rata-rata dengan rumus *Method of Successive Interval*:

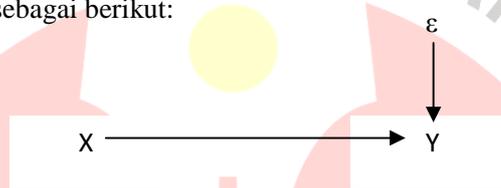
$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$
5. Ditentukan pasangan data variabel *independent* dan variabel *dependent* serta menentukan pasangannya.

2. *Analisis Jalur (Path Analysis)*

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Struktur hubungan antara X dengan Y

diuji dengan menggunakan analisis jalur berbunyi "terdapat pengaruh yang signifikan antara revitalisasi produk wisata yang terdiri dari revitalisasi atraksi (X_1), revitalisasi amenitas (X_2) dan revitalisasi aksesibilitas (X_3) terhadap preferensi mengunjungi."

Setelah data penelitian sudah berskala interval selanjutnya menentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

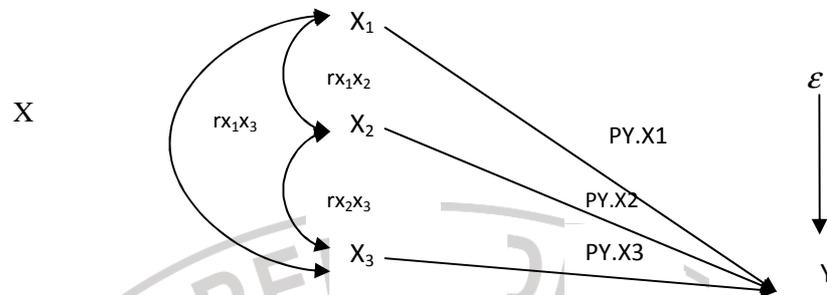
Keterangan:

X: revitalisasi produk wisata

Y: preferensi mengunjungi

ϵ : epsilon (variabel lain)

Selanjutnya struktur hubungan diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut:



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUBSTRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X1: revitalisasi atraksi

X2: revitalisasi amenitas

X3: revitalisasi aksesibilitas

Y : preferensi mengunjungi

ϵ : Epsilon (Variabel lain)

a. Mengitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

b. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix}$$

c. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \\ P_{YX3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \end{pmatrix}$$

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

$$R^2Y(X_1, X_2, X_3) = \begin{bmatrix} P_{YX1}, \dots, P_{YX3} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX1} \\ \dots \\ r_{YX3} \end{bmatrix}$$

e. Statistik uji yang digunakan adalah:

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

Hasil F_{hitung} 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:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2Y(X_1, X_2, X_3))(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}}$$

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

f. Menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X₁ terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	$= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	$= \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot \rho_{YX_3} +$
Pengaruh total (X ₁) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh X₂ terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	$= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	$= \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2X_3} \cdot \rho_{YX_3} +$
Pengaruh total (X ₂) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh X₃ terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	$= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	$= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3X_2} \cdot \rho_{YX_2} +$
Pengaruh total (X ₃) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

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

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2} Y(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

3.2.6.3 Rancangan Uji Hipotesis**1. Pengujian secara Simultan**

Rumusan Hipotesis Operasional:

$$H_0: P_{YX_1} = P_{YX_2} = P_{YX_3} = 0$$

Tidak terdapat pengaruh efektivitas atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap preferensi mengunjungi.

Hi : Sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3$

Paling sedikit terdapat satu variabel dari revitalisasi produk wisata yang berpengaruh terhadap preferensi mengunjungi.

KARIZA DEVIA GANTINI, 2012

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{YX1} P_{YX1}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX1} P_{YX1})}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

2. Pengujian secara Parsial

Statistik hipotesis yang akan di uji pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2). Kriteria ujinya adalah H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : a. P_{YX1} = 0$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas atraksi wisata terhadap preferensi mengunjungi.

b. $P_{YX2} = 0$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas amenitas terhadap preferensi mengunjungi.

c. $P_{YX3} = 0$

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas aksesibilitas terhadap preferensi mengunjungi.

2. $H_0 : a. P_{YX1} \neq 0$

Terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas atraksi wisata terhadap preferensi mengunjungi.

b. $P_{YX2} \neq 0$

Terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas amenitas terhadap preferensi mengunjungi.

c. $P_{YX3} \neq 0$

Terdapat pengaruh yang signifikan antara efektivitas aksesibilitas terhadap preferensi mengunjungi.

$$t = \frac{P_{YX1} - P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, \dots, X_4)}) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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