

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai *distinctive capabilities* yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Alam Taman Bunga Nusantara. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:58), "Variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari". Menurut Uma Sekaran (2006:115) "Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai".

Menurut Sugiyono (2010:59), variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah *distinctive capabilities* (X) yang terdiri dari *reputation* (X1) serta *innovation* (X2).

Variabel terikat menurut Uma Sekaran (2008:116), merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi, analisis ini untuk menemukan jawaban atau solusi atau masalah. Objek penelitian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah wisatawan dari Objek Wisata Alam Taman Bunga Nusantara. Berdasarkan variabel-variabel

tersebut maka akan diteliti mengenai *distinctive capabilities* yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Alam Taman Bunga Nusantara.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Penelitian *deskriptif* menurut Asep Hermawan (2006:17) merupakan penelitian yang memaparkan suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena. Penelitian *deskriptif* dilakukan untuk mengetahui dan memaparkan karakteristik dari beberapa variabel dalam suatu situasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menyajikan suatu profil atau menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan suatu fenomena yang diteliti dari perspektif individual, organisasi, industri dan perspektif lainnya. Melalui jenis penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh gambaran mengenai *distinctive capabilities* pada Objek Wisata Alam Taman Bunga Nusantara terhadap keputusan berkunjung. Menurut Sugiyono (2008:35),

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Penelitian *verifikatif* pada dasarnya menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pembentukan keputusan berkunjung dari adanya *distinctive capabilities*.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2010:7):

Metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative*, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu “Metode yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu” (Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, 2008:160).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama yakni *distinctive capabilities* yang terdiri dari *reputation*, dan *innovation* sebagai variabel *independent* (bebas). Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan berkunjung wisatawan yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel dan Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|---|---|---|---|---|---------------|---------------|
| <i>Distinctive Capabilities</i> (X) | Berkaitan dengan sumber daya yang unik dan berbeda dengan yang dimiliki pesaing dan merupakan kemampuan yang memiliki karakteristik istimewa, dibangun oleh perusahaan yang kompetitif. Seperti merek yang kuat, pola pemasok dan hubungan pelanggan, keterampilan khusus, pengetahuan dan proses. (Walters 2002) | | | | | |
| | <i>Reputation</i> | Penamaan untuk kualitas tinggi yang bersifat "intangible" yang tidak dapat dengan mudah dipantau. (Walters:2002) | <ul style="list-style-type: none"> • Harga yang rendah dibandingkan dengan objek wisata lain | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat harga yang rendah | ordinal scale | B.1.1 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga dengan fasilitas yang ditawarkan | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian harga dengan fasilitas yang ditawarkan | | ordinal scale |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan jaminan keselamatan | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketersediaan jaminan keselamatan | ordinal scale | B.1.3 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Kepopuleran Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan objek wisata lain | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepopuleran Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan objek wisata lain | ordinal scale | B.1.4 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Kesadaran mengenai adanya Taman Bunga Nusantara | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesadaran mengenai adanya Taman Bunga Nusantara | ordinal scale | B.1.5 |
| <ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi rekan kerja/orang | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi rekan kerja/orang lain yang menyarankan untuk | ordinal scale | B.1.6 | |

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel dan Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|----------|-------------------|---|--|--|---------------|----------|
| | | | lain yang menyarankan untuk berkunjung ke Taman Bunga Nusantara | berkunjung ke Taman Bunga Nusantara | | |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Citra merek Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata alam • Sikap keramahan, kesopanan karyawan dalam melakukan pelayanan | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat citra merek Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata alam • Tingkat sikap keramahan, kesopanan karyawan dalam melakukan pelayanan | ordinal scale | B.1.7 |
| | | | | | ordinal scale | B.1.8 |
| | Innovation | Produk baru, proses atau gaya hubungan. Hal ini termasuk inovasi manajerial dan ekonomi serta teknologi murni. (Walters:2002) | <ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik kemenarikan Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan tempat lain • Daya tarik inovasi pengembangan tema taman | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik kemenarikan Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan tempat lain • Tingkat daya tarik inovasi pengembangan tema taman | ordinal scale | B.2.1 |
| | | | | | ordinal scale | B.2.2 |

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel dan Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|---------------------------------|--|----------------------------------|--|--|----------------------|----------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Kemenarikan tema taman dibandingkan dengan objek lain | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan tema taman dibandingkan | <i>ordinal scale</i> | B.2.3 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik fasilitas Taman Bunga Nusantara dapat memenuhi kebutuhan pengunjung | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik fasilitas Taman Bunga Nusantara dapat memenuhi kebutuhan pengunjung | <i>ordinal scale</i> | B.2.4 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Taman Bunga Nusantara | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat lokasi Taman Bunga Nusantara | <i>ordinal scale</i> | B.2.5 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik inovasi variasi akses menuju Taman Bunga Nusantara | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik inovasi variasi akses menuju Taman Bunga Nusantara | <i>ordinal scale</i> | B.2.6 |
| Keputusan Berkunjung (Y) | Suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan yang memerlukan suatu upaya dari perusahaan agar produknya dapat sampai ke tangan tamu, mengubah perilaku tamu dari rasa ingin tahu mengenai produk yang ditawarkan perusahaan menjadi rasa tertarik, bahkan dari rasa tertarik tersebut meningkat sampai pada adanya keinginan untuk memiliki produk sehingga tamu tersebut akan mengambil keputusan inginan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. (Kotler dan Amstrong (2009:240)). | | | | | |

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel dan Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|----------|--------------|----------------------------------|--------------------------------|---|----------------------|----------|
| | | | Pemilihan Produk / Jasa | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Daya tarik atraksi wisata yang ditawarkan | <i>ordinal scale</i> | C.1.1 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Aksesibilitas jalan | <i>ordinal scale</i> | C.1.2 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Lokasi yang strategis | <i>ordinal scale</i> | C.1.3 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kelengkapan fasilitas wisata | <i>ordinal scale</i> | C.1.4 |
| | | | Pemilihan Merek | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan berkunjung dilihat dari Citra Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata alam | <i>ordinal scale</i> | C.2.1 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan berkunjung dilihat dari kemenarikan Taman Bunga Nusantara | <i>ordinal scale</i> | C.2.2 |
| | | | Pemilihan Penyalur | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan berkunjung | <i>ordinal scale</i> | C.3.1 |

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel dan Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|----------|--------------|----------------------------------|------------------------|---|----------------------|----------|
| | | | | ke Taman Bunga Nusantara melalui internet | | |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan berkunjung ke Taman Bunga Nusantara melalui <i>travel agent</i> | <i>ordinal scale</i> | C.3.2 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan berkunjung ke Taman Bunga Nusantara berdasarkan lokasi yang strategis | <i>ordinal scale</i> | C.3.3 |
| | | | Waktu Pembelian | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat melakukan kunjungan pada saat <i>weekends</i> | <i>ordinal scale</i> | C.4.1 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat melakukan kunjungan pada saat <i>weekdays</i> | <i>ordinal scale</i> | C.4.2 |
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Tingkat melakukan kunjungan pada saat Hari Libur Nasional (Tahun baru, Hari Raya) | <i>ordinal scale</i> | C.4.3 |

| Variabel | Sub Variabel | Konsep Variabel dan Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No. Item |
|----------|--------------|----------------------------------|-------------------------|---|---------------|----------|
| | | | Jumlah Pembelian | <ul style="list-style-type: none"> Tingkat pemilihan jumlah kunjungan ke Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan pesaing Tingkat frekuensi kunjungan ke Taman Bunga Nusantara | ordinal scale | C.5.1 |
| | | | | | ordinal scale | C.5.2 |

Sumber : Diolah dari berbagai sumber literature

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Menurut Hermawan (2008: 168) berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

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

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

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

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

Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008:163) menyatakan "Studi yang telah dibuat oleh orang lain untuk keperluan mereka sendiri dapat menjadi suatu data sekunder". Sumber data primer adalah pelaku yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti sedangkan sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan lain. Uma Sekaran (2008:60) menyatakan bahwa data primer adalah responden individu, kelompok fokus, dan panel yang secara khusus ditentukan oleh peneliti dan di mana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu ke waktu, atau sumber umum seperti majalah atau buku tua. Internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarluaskan melalui internet.

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 | Jenis Data | Jenis Data | Sumber Data | Digunakan Untuk Tujuan Penelitian | | |
|----|--|------------|--|-----------------------------------|-----|-----|
| | | | | T-1 | T-2 | T-3 |
| 1 | Profil Taman Bunga Nusantara | Sekunder | Marketing Taman Bunga Nusantara | √ | - | - |
| 2 | Jumlah Wisatawan | Sekunder | Marketing Taman Bunga Nusantara | √ | - | - |
| 3 | Tanggapan wisatawan terhadap keunikan&keunggulan Taman Bunga | Primer | Wisatawan yang berkunjung ke Taman Bunga Nusantara | √ | - | √ |

| No | Jenis Data | Jenis Data | Sumber Data | Digunakan Untuk Tujuan Penelitian | | |
|----|--|------------|--|-----------------------------------|-----|-----|
| | | | | T-1 | T-2 | T-3 |
| | Nusantara | | | | | |
| 4 | Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung di Taman Bunga Nusantara | Primer | Wisatawan yang berkunjung ke Taman Bunga Nusantara | √ | - | √ |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2011

Keterangan :

T-1 : Untuk mengetahui tanggapan *distinctive capabilities* yang terdiri dari *reputation* dan *innovation*

T-2 : Untuk mengetahui tanggapan terhadap keputusan berkunjung

T-3 : Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh *distinctive capabilities* yang terdiri dari *reputation* dan *innovation* terhadap keputusan berkunjung.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono, (2010:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Uma Sekaran (2008:122) menyatakan “Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi di mana sampel diambil”.

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

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Taman Bunga Nusantara sebanyak 496.000 wisatawan yang terdiri dari wisman dan wisnus yang

berkunjung secara individu yang terbagi dalam dua jenis wisatawan, yaitu *local community* dan *outside community*.

3.2.4.2 Sampel

Pada suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti (*representative*).

Sugiyono (2010:81) mengemukakan pengertian sampel sebagai berikut “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2008:109) mendefinisikan sampel sebagai berikut “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008:83) mendefinisikan “Sampel adalah bagian dari populasi target, yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi itu”. Uma Sekaran (2008:122) menyatakan “Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi”.

Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Husein Umar (2002:59) mengemukakan bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel, maka dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus :

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

Keterangan :

n : ukuran sampel N : ukuran populasi

e : presentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e=10%=0.1)

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{496583}{1 + (496583)0.01} \\ &= \frac{496583}{4966,83} \\ &= 99,98 \sim 100 \end{aligned}$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 100 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2008:116) mengemukakan bahwa "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. *Nonprobability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling *aksidental*, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*".

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yang berarti teknik sampling memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau

anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan adalah *Systematic Sampling atau Sampel Sistematis*. Jika peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara random, cara pengambilan sampel sistematis dapat digunakan. Menurut Maholtra (2007:377) mengatakan bahwa:

Sampling sistematis adalah teknik sampling probabilitas yang didalamnya sampel dipilih dengan memilih acak titik awal dan kemudian mengambil setiap elemen ke-1 secara berturut dari bingkai sampling.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. 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. Wawancara

Sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak *marketing manager* Taman Bunga Nusantara untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan dan jumlah wisatawan.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Taman Bunga Nusantara, khususnya mengenai keunggulan produk di Taman Bunga Nusantara.

3. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden pada Taman Bunga Nusantara, *distinctive capabilities* dan keputusan yang diambil untuk berkunjung. Kuesioner ditujukan kepada wisatawan yang mengunjungi Taman Bunga Nusantara secara individu.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang memiliki kaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *distinctive capabilities* dan keputusan berkunjung.

Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu:

- a. Perpustakaan UPI Bandung
- b. Skripsi, Tesis
- c. Jurnal Manajemen Pemasaran Pariwisata
- d. Media cetak dan media elektronik (internet).

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN TUJUAN PENELITIAN

| No | Teknik Pengumpulan Data | Sumber Data | Digunakan Untuk Tujuan Penelitian | | |
|----|-------------------------|--|-----------------------------------|-----|-----|
| | | | T-1 | T-2 | T-3 |
| 1 | Interview (Wawancara) | Pihak <i>Marketing Manager</i> Taman Bunga Nusantara | V | V | V |
| 2 | Kuesioner (Angket) | Wisatawan Taman Bunga Nusantara | V | V | V |
| 3 | Observasi (Pengamatan) | <i>Distinctive capabilities</i> yang dimiliki oleh Taman Bunga Nusantara | V | V | V |
| 4 | Studi Literatur | <i>Distinctive capabilities</i> dan keputusan pembelian | V | V | - |

Keterangan :

T-1: Untuk mengetahui tanggapan *Distinctive Capabilities* yang terdiri dari *Reputation* dan *Innovation*

T-2: Untuk mengetahui tanggapan wisatawan terhadap keputusan berkunjung

T-3: Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh *distinctive capabilities* yang terdiri dari *Reputation* dan *Innovation* terhadap keputusan berkunjung

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas yang rendah.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 *for windows* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,320 berikut tabel uji validitas instrumen penelitian:

TABEL 3.4
HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITAS

| No | PERTANYAAN | r_{hitung} | Sig | Keterangan |
|--|---|--------------|-------|------------|
| <i>DISTINCTIVE CAPABILITIES</i> | | | | |
| <i>Reputation</i> | | | | |
| 1 | Harga yang rendah dibandingkan dengan objek wisata lain | .519 | 0,320 | Valid |
| 2 | Kesesuaian harga dengan fasilitas yang ditawarkan | .655 | 0,320 | Valid |
| 3 | Ketersediaan jaminan keselamatan | .829 | 0,320 | Valid |
| 4 | Kepopuleran Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan objek wisata lain | .771 | 0,320 | Valid |
| 5 | Kesadaran mengenai adanya Taman Bunga Nusantara | .831 | 0,320 | Valid |
| 6 | Frekuensi rekan kerja/orang lain yang | .792 | 0,320 | Valid |

| No | PERTANYAAN | r_{hitung} | Sig | Keterangan |
|-----------------------------------|--|--------------|-------|------------|
| | menyarankan untuk berkunjung ke Taman Bunga Nusantara | | | |
| 7 | Citra merek Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata alam | .689 | 0,320 | Valid |
| 8 | Sikap keramahan, kesopanan karyawan dalam melakukan pelayanan | .565 | 0,320 | Valid |
| Innovation | | | | |
| 9 | Daya tarik kemenarikan Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan tempat lain | .643 | 0,320 | Valid |
| 10 | Daya tarik inovasi pengembangan tema taman | .815 | 0,320 | Valid |
| 11 | Kemenarikan tema taman dibandingkan dengan objek lain | .787 | 0,320 | Valid |
| 12 | Daya tarik fasilitas Taman Bunga Nusantara dapat memenuhi kebutuhan pengunjung | .837 | 0,320 | Valid |
| 13 | Lokasi Taman Bunga Nusantara | .794 | 0,320 | Valid |
| 14 | Daya tarik inovasi variasi akses menuju Taman Bunga Nusantara | .617 | 0,320 | Valid |
| KEPUTUSAN BERKUNJUNG | | | | |
| Pemilihan Produk/jasa | | | | |
| 1 | Daya tarik atraksi wisata yang ditawarkan | .745 | 0,320 | Valid |
| 2 | Aksesibilitas jalan | .687 | 0,320 | Valid |
| 3 | Lokasi yang strategis | .762 | 0,320 | Valid |
| 4 | Kelengkapan fasilitas wisata | .792 | 0,320 | Valid |
| Pemilihan Merek | | | | |
| 5 | Keputusan berkunjung berdasarkan citra Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata alam | .811 | 0,320 | Valid |
| 6 | Keputusan berkunjung dilihat dari kemenarikan Taman Bunga Nusantara | .658 | 0,320 | |
| Pemilihan Saluran | | | | |
| 7 | Berkunjung ke Taman Bunga Nusantara melalui internet | .724 | 0,320 | Valid |
| 8 | Berkunjung ke Taman Bunga Nusantara melalui <i>travel agent</i> | .687 | 0,320 | Valid |
| 9 | Berkunjung ke Taman Bunga Nusantara berdasarkan lokasi yang strategis | .762 | 0,320 | Valid |
| Penentuan Waktu Berkunjung | | | | |
| 10 | Melakukan kunjungan pada saat <i>weekends</i> | .792 | 0,320 | Valid |
| 11 | Melakukan kunjungan pada saat <i>weekdays</i> | .811 | 0,320 | Valid |

| No | PERTANYAAN | r_{hitung} | Sig | Keterangan |
|-------------------------|---|--------------|-------|------------|
| 12 | Melakukan kunjungan pada saat Hari Libur Nasional (Tahun baru, Hari Raya) | .658 | 0,320 | Valid |
| Jumlah Pembelian | | | | |
| 13 | Pemilihan jumlah kunjungan ke Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan pesaing | .578 | 0,320 | Valid |
| 14 | Frekuensi kunjungan ke Taman Bunga Nusantara | .480 | 0,320 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk sub variabel *reputation* menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,320. Pengukuran validitas terhadap *reputation* menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0.831 pada item kesadaran mengenai adanya Taman Bunga Nusantara dan terendah sebesar 0.519 pada item harga yang rendah dibandingkan dengan objek wisata lain. Pada *innovation* nilai tertinggi sebesar 0.837 pada item daya tarik fasilitas Taman Bunga Nusantara dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dan terendah sebesar 0.617 pada item daya tarik inovasi variasi akses menuju Taman Bunga Nusantara.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk sub variabel keputusan berkunjung yaitu pemilihan produk/jasa, menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0.819 pada item daya tarik atraksi wisata yang ditawarkan dan terendah sebesar 0.645 pada aksesibilitas jalan. Pada pemilihan merek nilai tertinggi yaitu dari item keputusan berkunjung dilihat dari kemenarikan Taman Bunga Nusantara sebesar 0.943 dan terendah sebesar 0.911 pada item keputusan berkunjung berdasarkan citra Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata alam. Pada pemilihan saluran nilai tertinggi sebesar 0.859 pada item berkunjung ke

Taman Bunga Nusantara melalui internet dan nilai terendah sebesar 0.776 pada item berkunjung ke Taman Bunga Nusantara melalui *travel agent* . Pada penentuan waktu berkunjung nilai tertinggi sebesar 0.922 pada item melakukan kunjungan pada saat *weekdays* dan terendah sebesar 0.686 pada item melakukan kunjungan pada saat Hari Libur Nasional (Tahun baru, Hari Raya). Pada jumlah pembelian nilai terbesar 0.913 pada item pemilihan jumlah kunjungan ke Taman Bunga Nusantara dibandingkan dengan pesaing dan nilai terendah 0.847 pada item frekuensi kunjungan ke Taman Bunga Nusantara.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Secara garis besar ada dua jenis reliabilitas, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Arikunto, 2008:153).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Untuk mengadakan interpretasi mengenai

besarnya koefisien korelasi menurut Suhasimi Arikunto (2008: 245) adalah sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

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

Sumber : Arikunto (2008: 245)

Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi *SPSS 18 for windows*.

- 1) Memasukkan data variabel X, dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *colom*, *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) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya cukup reliabel.

Dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18 *for window*, diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini dikarenakan nilai $C\sigma$ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70, berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

| No | VARIABEL | $C\sigma_{hitung}$ | $C\sigma_{minimal}$ | Keterangan |
|----|---------------------------------|--------------------|---------------------|------------|
| 1 | <i>Distinctive Capabilities</i> | 0.709 | 0,700 | Reliabel |
| 2 | Keputusan Berkunjung | 0.765 | 0,700 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan tabel di atas variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *distinctive capabilities* dengan nilai $C\sigma_{hitung}$ sebesar 0.709, sedangkan variabel keputusan berkunjung memiliki nilai $C\sigma_{hitung}$ sebesar 0.765.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis, yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. 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 deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya (Sugiyono, 2008:144).

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1. *Distinctive Capabilities* yang dilakukan Taman Bunga Nusantara yang terdiri dari *reputation*, dan *innovation*.
2. Keputusan berkunjung Taman Bunga Nusantara yang terdiri dari pemilihan produk/jasa, pemilihan merek, pemilihan saluran, penentuan waktu berkunjung dan jumlah pembelian.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *distinctive capabilities* terhadap keputusan berkunjung di Taman Bunga Nusantara.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X yaitu *distinctive capabilities* yang terdiri dari

Reputation (X_1) dan *Innovation* (X_2) terhadap variabel dependen Y yaitu keputusan berkunjung.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skala ordinal (*ordinalscale*) yaitu suatu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/ penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI). (Sugiono, 1999:86).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban konsumen pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah wisatawan.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

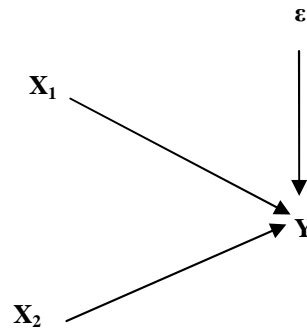
1. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

2. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara tiap variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan :

X_1 : *Reputation*

X_2 : *Innovation*

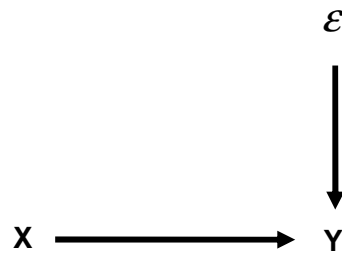
Y : Keputusan Berkunjung

ϵ : Epsilon (Variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (*distinctive capabilities*) dan Y (keputusan berkunjung) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

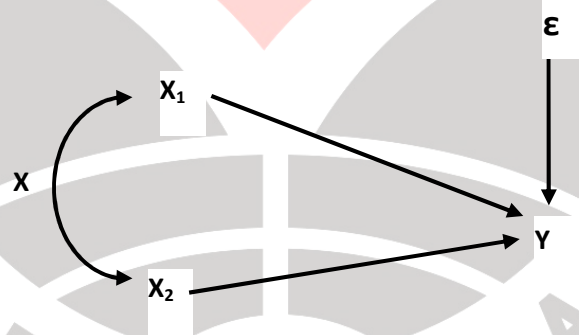
Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *distinctive capabilities* (X) yang terdiri dari *Reputation* (X_1) dan *Innovation* (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

Selanjutnya diagram hipotesis 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 3.3 berikut.



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Menghitung matriks korelasi antarvariabel bebas

$$R = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 \\ 1 & r_{X_2 X_1} \\ & 1 \end{bmatrix}$$

Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{bmatrix} & x_1 & x_2 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & \\ & C_{2.2} & \end{bmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus.

$$\begin{bmatrix} P_{YX_1} \\ P_{YX_2} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} & x_1 & x_2 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & \\ & C_{2.2} & \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix}$$

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

$$R^2 Y (X_1, X_2) = \begin{bmatrix} P_{YX_1} & P_{YX_2} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix}$$

Statistik uji yang digunakan adalah:

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

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

$$t = \frac{P_{YX1} - P_{YX2}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1, \dots, X4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap sub variabel

Pengaruh (X1) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $PYX1 \cdot PYX1$

Pengaruh tidak langsung melalui (X2) = $\frac{PYX1 \cdot r_{X1X2} \cdot PYX2}{+}$

Pengaruh total (X1) terhadap Y =

Pengaruh (X2) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $PYX2 \cdot PYX2$

Pengaruh tidak langsung melalui (X1) = $\frac{PYX2 \cdot r_{X2X1} \cdot PYX1}{+}$

Pengaruh total (X2) terhadap Y =

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

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1, X2)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional:

$H_0 : PYX1 = PYX2 = 0$

$H_i : \text{Sekurang-kurangnya ada sebuah } PYX_i \neq 0, i = 1 \text{ dan } 2$

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

Kriteria pengambilan keputusan hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Hipotesis nol $H_0 : \rho = 0$ maka, tidak terdapat pengaruh signifikan antara

Distinctive Capabilities terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Hipotesis nol $H_0 : \rho \neq 0$ maka, terdapat pengaruh signifikan antara *Distinctive*

Capabilities terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

