

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Menurut Suharsini Arikunto (2000;29) objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Maka Objek penelitian yang digunakan terdiri dari Variabel *independent* (variabel bebas) yaitu produk wisata yang terdiri dari aminitas, aksesibilitas, dan atraksi sedangkan yang menjadi variabel *dependent* (variabel terikat) yaitu *Brand Image* yang mencakup kualitas, variasi, keunikan..

Adapun yang dijadikan responden adalah pengunjung Pantai Anyer karena pengunjung merupakan pihak yang secara langsung telah merasakan pelaksanaan produk wisata yang dilakukan oleh perusahaan. Pantai Anyer merupakan kawasan objek wisata alam berupa pantai yang sering dikunjungi oleh para wisatawan/pengunjung.

Objek penelitian yang akan diteliti mengenai produk wisata untuk meningkatkan *Brand Image* dapat dijelaskan bahwa variabel bebas (*independent*) yaitu produk wisata (X) sedangkan variabel terikatnya (*dependent*) yaitu *Brand Image* (Y). Lokasi penelitian sendiri beralamatkan di Jl. Raya Serang Kec. Anyer Kab. Serang BANTEN, peneliti disini meneliti Pantai Anyer yang merupakan suatu objek wisata yang bersifat wisata alam yang berupa Pantai, sedangkan untuk waktu penelitiannya dilakukan pada pukul 13.00 - 21.00 wib.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran tentang variabel. Penelitian deskriptif dapat menghasilkan deskripsi masing-masing variabel mengenai tanggapan responden terhadap produk wisata dan *brand image* Pantai Anyer.

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji pengaruh pelaksanaan produk wisata terhadap *brand image*. Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*, dimana informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu selama enam bulan, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu, tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Husein Umar, 2002:45).

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini mencakup pengaruh produk wisata (X) serta *Brand Image* (Y) yang meliputi Kualitas, Variasi, Keunikan, hal ini identik dengan teori *Brand Image* yang dikemukakan Menurut Darmadi Durianto (2004:69), *Brand Image* adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek, asosiasi merek yang biasa membentuk citra merek, menjadi pijakan konsumen dalam produk wisata. Produk tersebut meliputi kualitas, variasi, dan keunikan Secara lengkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel/Sub Variabel	Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No.Item
1	2	3	4	5	6
Produk wisata (X)	Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain : Atraksi suatu daerah tujuan wisata, fasilitas/amenitas yang tersedia, dan aksesibilitas ke dan dari dari daerah tujuan wisata. (Gamal Suwantoro, 2004:48)				
Atraksi (X1)	Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan . Oka A Yoeti (2002:211)	• Atraksi yang terdapat di Pantai Anyer	• Tingkat kemenarikan atraksi yang terdapat di Pantai Anyer	Ordinall	III.A.1
			• Tingkat keberagaman atraksi yang ditawarkan Pantai Anyer	Ordinall	III.A.2
		• Kesesuaian atraksi yang ditawarkan dihadapkan dengan emosi yang dirasakan wisatawan	• Tingkat Kesesuaian atraksi yang ditawarkan dengan emosi yang dirasakan wisatawan	Ordinall	III.A.3
			• Tingkat kenyamanan terhadap atraksi yang ditawarkan Pantai Anyer	Ordinall	III.A.4

			terhadap emosi yang dirasakan wisatawan		
Aminitas (X2)	Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain. Oka A Yoeti (2002:211)	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan <i>Aminities</i>/fasilitas penunjang yang terdapat di Pantai Anyer 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelengkapan fasilitas yang terdapat di Pantai Anyer 	Ordinal	III.B.5
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian fasilitas yang ditawarkan di Pantai Anyer 	Ordinal	III.B.6
		<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian <i>Aminities</i> dengan emosi yang dirasakan wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian <i>Aminities</i>/Fasilitas penunjang terhadap emosi yang dirasakan wisatawan 	Ordinal	III.B.7
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan yang dirasakan pengunjung pada saat menggunakan <i>Aminities</i>/Fasilitas penunjang 	Ordinal	III.B.8
Aksesibilitas (X.3)	Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut. Oka A Yoeti (2002:211)	Aksesibilitas yang tersedia untuk menuju Pantai Anyer	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan aksesibilitas menuju Pantai Anyer 	Ordinal	III.C.9
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kelayakan sarana aksesibilitas (jalan raya) untuk menuju Pantai Anyer 	Ordinal	III.C.10

		<ul style="list-style-type: none"> Aksesibilitas yang dirasakan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan aksesibilitas yang dirasakan wisatawan untuk menuju pantai Anyer 	Ordinal	III.C.11
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian aksesibilitas yang dirasakan pada saat menuju Pantai Anyer 	Ordinal	III.C.12
Variabel/sub Variabel	Variable	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Brand Image (Y)	Brand Image adalah sebuah inti dari sebuah merek meliputi produk. Produk tersebut meliputi kualitas, variasi, dan keunikan. (Trail dan Meulenberg 2005:4)				
		<ul style="list-style-type: none"> Kualitas keunggulan pantai Anyer dibanding pantai lain 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Keunggulan produk Pantai Anyer dengan Pantai lain di sekitar Banten 	Ordinal	IV.A.1
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keunggulan Fasilitas yang diberikan Pantai Anyer. 	Ordinal	IV.A.2
		<ul style="list-style-type: none"> Variasi dari pantai Anyer 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Keragaman produk yang ditawarkan pihak 	Ordinal	IV.B.1

			pengelola Pantai Anyer <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan variasi produk yang ditawarkan 	Ordinal	IV.B.2
		<ul style="list-style-type: none"> • Keunikan pantai Anyer dibanding pantai lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Keunikan dari Pantai Anyer 	Ordinal	IV.C.1

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2011)

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti/ saksi utama dari kejadian yang lalu. Secara umum terdapat tiga cara mendapatkan data primer dalam penelitian yaitu :

- 1) Penelitian Survei merupakan prosedur penelitian untuk mengumpulkan data mentah (*raw data*) dalam jumlah besar dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Pada dasarnya ada dua cara pengumpulan data dalam penelitian survei, yaitu wawancara dan kuesioner.
- 2) Observasi merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan tanpa mengajukan pertanyaan atau interaksi dengan individu-individu yang diteliti.

- 3) Eksperimen adalah suatu eksperimen dilakukan apabila satu atau beberapa variabel secara sadar “manipulasi” atau dikontrol oleh peneliti kemudian diukur pengaruhnya terhadap variabel-variabel terikat.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orisinal. Pada dasarnya terdapat dua jenis data sekunder : (1) Data Sekunder Internal (*Internal Secondary Data*) dan (2) Data Sekunder Eksternal (*External Secondary Data*). Data sekunder internal merupakan data yang dikumpulkan oleh suatu perusahaan secara individual untuk tujuan akunting, laporan kegiatan pemasaran dan “*customer knowledge*” (*Data Base*). Data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel, dan tulisan-tulisan ilmiah (Husain Umar, 2001:84). Sumber data sekunder penelitian ini diantaranya diperoleh dari majalah, situs internet, dan dari perusahaan yang bersangkutan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan ilmiah-ilmiah lainnya (Husain Umar, 2001:84). 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 SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Profil perusahaan	Sekunder	Pantai Anyer
Rata-rata jumlah wisatawan Tahun 2008 -2011	Sekunder	Pantai anyer
Program produk wisata Pantai Anyer	Sekunder	Pantai Anyer
Jumlah wisatawan Pantai Anyer 2008-2011	Sekunder	Pantai Anyer
Tanggapan terhadap produk wisata di Pantai Anyer.	Primer	Pengunjung pantai Anyer
Tanggapan wisatawan terhadap <i>Brand Image</i> di Pantai Anyer.	Primer	Pengunjung Pantai Anyer

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

3.2.4 Populasi,Sampel,dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115) mendefinisikan, “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti, dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Populasi dalam penelitian ini

adalah Pengunjung Pantai Anyer yang berjumlah pada tahun 2011 berdasarkan hasil dari data statistik dinas pengelola DISBUDPAR Kab.Serang.

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*).

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi (Asep Hermawan, 2005:145). Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar,2003:141) yaitu sebagai berikut:

Rumus

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

Keterangan

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Perhitungan Rumus Slovin

n = Sampel

N = 10.065.154

e = 10%

$$n = \frac{10.065.154}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{10.065.154}{1 + 10.065.154 \cdot 0.01}$$

$$n = \frac{10.065.154}{100.651,5}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh ukuran sampel (n) sebesar 100 orang. Agar sampel yang digunakan representatif dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan adalah 100 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2008:73) menyatakan bahwa teknik sampling yaitu "Teknik yang merupakan teknik pengambilan sampel". Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *systematic random sampling*, karena populasinya dianggap homogen dan dapat digunakan tanpa pengetahuan mengenai bingkai sampling. Metode sampling sistematis menurut Malhotra (2005:377) adalah Teknik sampling probabilitas yang didalamnya sampel dipilih dengan memilih acara titik awal dan kemudian mengambil setiap elemen secara urut dari bingkai *sampling*.

Langkah-langkah teknik penarikan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengunjung Pantai Anyer.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Pantai Anyer.

3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 13.00 – 21.00, (waktu rentang kepadatan pengunjung).
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *check point*. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menentukan interval yang menggunakan rumus $i = N$
5. Melakukan *checkpoint* di 2(dua) tempat yaitu pintu masuk dan di sekitar pantai Anyer.
6. Tentukan sebuah angka acak (r) antara 1 dan i , $r = 1$.
7. Elemen dengan nomor berikut akan termasuk sampel acak sistematis $r, r+i, r+2i, r+3i, \dots, r+(n-1)i$

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sugiyono (2008:194) pun mengutarakan bahwa “bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya”. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap

penelitian ini baik dari buku, majalah, media massa, atau bacaan lainnya. Studi kepustakaan ini didapat dari sumber sebagai berikut:

- a. Perpustakaan UPI
 - b. Skripsi angkatan terdahulu
2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
- a) Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti dalam hal ini melakukan observasi terhadap pelaksanaan produk wisata yang dilakukan oleh Pantai Anyer.
 - b) Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan.
 - c) Angket, yaitu mengumpulkan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden.

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel berikut ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
Studi Literatur	Teori mengenai produk wisata dan <i>Brand Image</i>
Observasi	Aktivitas pelaksanaan produk wisata
Wawancara	Pihak Pengelola Pantai Anyer
Kuesioner	Pengunjung Pantai Anyer

Sumber: Pengolahan data 2011

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis, oleh karena itu benar tidaknya data akan 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 reliabel.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrument. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item dari 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 digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2) - (\sum X)^2][(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006:170})$$

Dimana r = koefisien korelasi antara instrumen X dan instrumen Y dua instrumen yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas item instrument, adalah sebagai berikut:

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

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 for window.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pertanyaan	R hitung	R tabel	keterangan
Produk Wisata				
Atraksi				
1.	Tingkat kemenarikan atraksi yang terdapat di pantai anyer	0,735	0,374	Valid
2.	Tingkat Keberagaman atraksi yang ditawarkan pantai Anyer	0,596	0,374	Valid
3	Tingakat kesesuaian atraksi yang ditawarkan dengan emosi yang dirasakan wisatawan	0,717	0,374	Valid
4	Tingkat kenyamanan terhadap atraksi yang ditawarkan pantai Anyer terhadap emosi yang dirasakan wisatawan	0,591	0,374	Valid
Aminitas				
5	Tingkat kelengkapan fasilitas yang terdapat di pantai Anyer	0,798	0,374	Valid

6	Tingkat Kesesuaian fasilitas yang ditawarkan di pantai Anyer	0,501	0,374	Valid
7	Tingkat kesesuaian <i>Aminities</i> /fasilitas penunjang terhadap emosi yang dirasakan wisatawan	0,789	0,374	Valid
8	Tingkat kenyamanan yang dirasakan wisatawan pada saat menggunakan <i>Aminities</i> /fasilitas penunjang	0,707	0,374	Valid
Aksesibilitas				
9	Tingkat kemudahan aksesibilitas menuju pantai Anyer	0,764	0,374	Valid
10	Tingkat kelayakan sarana (jalan raya) untuk menuju pantai Anyer	0,704	0,374	Valid
11	Tingkat kemudahan aksesibilitas yang dirasakan wisatawan untuk menuju pantai Anyer	0,653	0,374	Valid
12	Tingkat Kesesuaian aksesibilitas yang dirasakan pada saat menuju pantai Anyer	0,789	0,374	Valid
No	Pertanyaan	R hitung	R tabel	keterangan
Brand Image				
Kualitas				
1	Tingkat keunggulan produk Pantai Anyer dengan pantai lain di sekitar Banten	0,796	0,374	Valid
2	Tingkat keunggulan fasilitas yang di berikan pantai Anyer	0,787	0,374	Valid
Variasi				
3	Tingkat keragaman produk yang ditawarkan pihak pengelola pantai Anyer	0,649	0,374	Valid
4	Tingkat kemenarikan variasi produk yang ditawarkan	0,784	0,374	Valid
Keunikan				
5	Tingkat keunikan dari pantai Anyer	0,740	0,374	Valid

Sumber : hasil Pengolahan data 2012

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada Tabel 3.4 maka dapat disimpulkan bahwa 3 dimensi yang terdiri dari 25 item dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan 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, 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. Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu :

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

Sumber : Husein Umar (2003:146)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^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 :

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

Sumber : Husein Umar (2003:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) \geq r tabel dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_1) $<$ r tabel dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen, adalah sebagai berikut :

item pernyataan yang diteliti dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 18.0, Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reabilitasnya (Uma Sekaran, 2000:308). Berikut Tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel <i>Perceived</i>	r hitung (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
1	Produk Wisata (X)	0,928	0,70	Reliabel
2	<i>Brand Image</i> (Y)	0,836	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data 2012

Berdasarkan Tabel 3.5 di atas, hasil pengolahan data kuesioner di atas pengukuran reliabilitas untuk variabel Produk Wisata dan *Brand Image*

Dinyatakan reliabel karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,70. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah Produk wisata, dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,928 sedangkan variabel *Brand Image* dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,836.

3.2.7 Rencana Analisis

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Sedangkan analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif 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 komprehensif. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Seperti pada Pantai Anyer tingkat kunjungan yang datang ke pantai Anyer yang besar itu di sebabkan oleh adanya suatu metode atau strategi yang di kembangkan

oleh pihak pengelola itu sendiri. Tujuan analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden pengunjung Pantai Anyer atas item-item dalam kuisioner.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Regresi *multiple* (berganda) merupakan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini. Regresi *multiple* digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal antara Produk wisata dengan sub variabel sebagai berikut: atraksi, aksesibilitas dan aminitas terhadap *Brand Image* Pantai Anyer. Maka variabel yang diteliti yaitu variable independen adalah produk wisata (X) terdiri dari atraksi (X1) dan aksesibilitas (X2) dan Aminitas (X3) sedangkan variabel dependen adalah *Brand Image* (Y).

1. *Method of Successive 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 menjadi *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

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

3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$ScaleValue = \frac{(DencituaatLowerLimit) - (DencituaatUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

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.

2. Teknik Analisis Korelasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal, karena variabelnya saling mempengaruhi. Hasil analisis regresi berganda adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel independen beserta dimensi turunan. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi variabel dependen dengan suatu persamaan. Selanjutnya dalam regresi berganda selain mengukur pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih beserta dimensi dari variabel X, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dimensi independen dengan variabel dependen. Variabel dependen diasumsikan random, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Sedangkan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

TABEL 3.6
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
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: Suhaimi Arikunto (2006: 276)

3. Teknik Analisis Linier Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda (*multiple linier regression*). Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kasual antara dua variabel bebas atau lebih.

Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2009:270).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu Produk wisata (X) sedangkan variabel dependen adalah *Brand Image* (Y). Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia.

Persamaan regresi berganda tiga variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

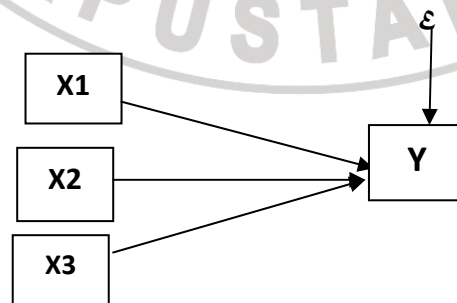
Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (kepuasan tamu)

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. X1, X2, X3, = variabel penyebab (X1 = atraksi), (X2 = Aksesibilitas),(X3= Aminitas).

Menurut sigiyono (2009:277) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan:

Y = *Brand Image*

X_1 = Atraksi

X_2 = Aminitas

X_3 = Aksesibilitas

ε = *Epsilon* (Variabel lain)

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah produk wisata yang memiliki beberapa dimensi yaitu Atraksi, aminitas, dan aksesibilitas. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah *Brand Image*, sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh produk wisata (X) terhadap *Brand Image* (Y). 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 memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

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

3. Menganalisis data

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

4. Pengujian

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda karena untuk menentukan besarnya pengaruh Variabel (X) produk wisata yang terdiri dari atraksi, Aminitas dan aksesibilitas terhadap *Brand Image* (Y).

Langkah-langkah teknik analisis data di atas, dibantu dengan menggunakan program SPSS 18.0 *for windows* yaitu menguji pengaruh produk wisata (X), yang terdiri dari atraksi (X1) aminitas (X2), dan aksesibilitas (X3), terhadap *Brand Image* (Y).

3.2.7.3 Uji Asumsi

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis regresi dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) “Data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal”. Data yang mengandung data ekstrim biasanya memenuhi asumsi normalitas. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas. Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan

dengan bantuan program SPSS 18 *for windows*, yang menurut Suliyanto (2005:67) dilakukan sebagai berikut:

- 1) Masukkan data yang akan di uji normalitas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama dat tersebut. Kemudian klik *analyze* lalu *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel y pada kotak *dependent* dan variabel x pada kotak *independent*.
- 2) Klik *plots*, lalu pada y pilih *dependent* sedangkan x diisi *zresid*. Pada *standardized residual plots* klik *histrogram* dan *normal probability plot*, lalu klik *continue*.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi menyebar.

Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun). Pada penelitian ini digunakan dengan melihat Gambar setiap variabel pada gambar *partial regression plots*. Sebaran *partial regression plots* dimulai dari sebelah kiri bawah kearah kanan jika dilihat sebaran data tersebut, maka dapat disimpulkan sebaran data sudah mengikuti persyaratan model keseluruhan tiap data menurut Yayouk Sri Rahayu, O.S. Hastoeti Harsono, Agus Suman (2002:12).

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti. Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas dalam penelitian digunakan nilai VIF dengan bantuan SPSS 18 *for window* yang menurut Suliyanto (2005:73) dilakukan sebagai berikut:

1. Masukkan data yang akan di uji multikolinieritas di *data view*, sedangkan di *variabel view* beri nama data tersebut. Kemudian klik *analyze*, lalu klik *regression*, kemudian klik *linier*. Masukkan variabel *y* pada kotak *dependent*, dan variabel *x* pada kotak *independent*. Setelah itu klik *statistic* pada *regression coefficient*.
2. Lalu aktifkan *covariance matrix* dan *collinearity*, nonaktifkan *estimates* dan model *fit* lalu klik *continue*.
3. Pada *coefficients* model dikatakan tidak terjadi multikolinier apabila nilai $VIF < 4$ menurut Yyouk Sri Rahayu, O.S. Hastoeti Harsono, Agus Suman (2002:12).

Penelitian ini menggunakan menggunakan data interval sebelumnya data ordinal ditransformasikan menggunakan MSI menjadi data interval.

3.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan di uji dalam rangka penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan produk wisata di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan produk wisata di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

Sub Hipotesis :

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan atraksi di Pantai anyer terhadap *Brand Image*.

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan atraksi di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan amenitas di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan amenitas di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$H_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan aksesibilitas di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

$H_a \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan aksesibilitas di Pantai Anyer terhadap *Brand Image*.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

