

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek penelitian**

Menurut Arikunto (2000:29) objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek penelitian yang digunakan oleh penulis terdiri dari Variabel *independent* (variabel bebas) yaitu pengembangan produk baru yang terdiri dari lini produk baru, dan *re-positioning* sedangkan yang menjadi variabel *dependent* (variabel terikat) yaitu keputusan berkunjung yang mencakup pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran distribusi, jumlah pembelian dan pilihan waktu. Adapun yang dijadikan sample adalah sebagian pengunjung Jawa Timur Park karena pengunjung merupakan pihak yang secara langsung telah merasakan pelaksanaan pengembangan produk baru yang dilakukan oleh perusahaan. Jawa Timur Park bertempat di Kota Batu Jawa Timur. Kota Batu merupakan atraksi wisata yang banyak di kunjungi wisatawan karena banyak terdapat obyek daya tarik wisata. Wahana yang diteliti dalam penelitian ini meliputi wahana *star chase*, *sky cooper*, *ulat coaster* sebagai wahana baru dan *water adventure* sebagai wahana *repositioning*.

Alasan subjektif dalam pemilihan tempat penelitian karena penulis melihat secara langsung di lapangan tentang fenomena yang terjadi di Jawa Timur Park. Fenomena yang terjadi adalah Jawa Timur Park yang memiliki tingkat kunjungan tertinggi diantara atraksi di Kota Batu tetapi memiliki indikasi penurunan jumlah kunjungan pada tahun 2008. Alasan Objektif dalam pemilihan tempat penelitian

Jawa Timur Park karena penulis melakukan praktek kerja lapangan selama empat bulan di Jawa Timur Park.

## **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 pengembangan produk terhadap keputusan berkunjung Jawa Timur Park Batu Jawa Timur

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji pengaruh pengembangan produk baru terhadap keputusan berkunjung. Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di 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 empat 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 yang panjang (Umar, 2002:45).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini mencakup pengembangan produk baru (X) yang terdiri atas lini produk baru( $X_1$ ), dan *re-positioning*( $X_2$ ), serta Keputusan Berkunjung (Y) yang meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran distribusi, jumlah pembelian dan pilihan waktu Secara lengkap dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPRASONALISASI VARIABEL**

Variabel / Sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Pengembangan Produk Baru(X)</b>				
Pengembangan produk baru dapat ditelaah dari perspektif yaitu baru bagi pasar ( <i>new to market</i> ) yang mengandung arti belum ada perusahaan yang memproduksi atau memasarkan produk tersebut sebelumnya dan atau baru bagi perusahaan bersangkutan ( <i>new to firm</i> ) artinya perusahaan-perusahaan lain sudah perusahaan-perusahaan lain sudah memasarkan produk tetapi perusahaan yang bersangkutan belum memasarkanya. Fandy Tjiptono (2008: 397)				
1A. Lini produk baru wahana Star Chase	Kemenarikan desain wahana baru Star Chase	Tingkat kemenarikan desain permainan wahana baru Star Chase	Ordinal	III.A.1
	Prasaan yang di rasakan di wahana baru Star Chase	Tingkat Prasaan yang di rasakan di wahana baru Star Chase	Ordinal	III.A.2
	Kesesuaian wahana baru Star Chase dengan keinginan pengunjung	Tingkat kesesuaian wahana baru Star Chase dengan keinginan pengunjung	Ordinal	III.A.3
	Keamanan wahana baru Star Chase	Tingkat keamanan wahana baru Star Chase	Ordinal	III.A.4

1B. Lini produk baru wahana Sky Cooper	Kemenarikan desain wahana baru Sky Cooper	Tingkat kemenarikan desain permainan wahana baru Sky Cooper	Ordinal	III.A.1
	Prasaan yang di rasakan di wahana baru Sky Cooper	Tingkat Prasaan yang di rasakan di wahana baru Sky Cooper	Ordinal	III.A.2
	Kesesuaian wahana baru Sky Cooper dengan keinginan pengunjung	Tingkat kesesuaian wahana baru Sky Cooper dengan keinginan pengunjung	Ordinal	III.A.3
	Keamanan wahana baru Sky Cooper	Tingkat keamanan wahana baru Sky Cooper	Ordinal	III.A.4
1C. Lini produk baru wahana Ulat Coaster	Kemenarikan desain wahana baru Ulat Coaster	Tingkat kemenarikan desain permainan wahana baru Ulat Coaster	Ordinal	III.A.1
	Prasaan yang di rasakan di wahana baru Ulat Coaster	Tingkat Prasaan yang di rasakan di wahana baru Ulat Coaster	Ordinal	III.A.2
	Kesesuaian wahana baru Ulat Coaster dengan keinginan pengunjung	Tingkat kesesuaian wahana baru Ulat Coaster dengan keinginan pengunjung	Ordinal	III.A.3
	Keamanan wahana baru Ulat Coaster	Tingkat keamanan wahana baru Ulat Coaster	Ordinal	III.A.4
<i>2.Re-positioning Water adventure</i>	Kemenarikan desain wahana <i>Water adventure</i>	Tingkat kemenarikan desain wahana <i>Water adventure</i>	Ordinal	III.B.1
	Kebersihan wahana <i>Water adventure</i>	Tingkat kebersihan wahana <i>Water adventure</i>	Ordinal	III.B.2
	Kelengkapan fasilitas <i>Water adventure</i>	Tingkat kelengkapan fasilitas <i>Water adventure</i> yang dirasakan	Ordinal	III.B.3
	Kenyamanan yang dirasakan wahana <i>Water adventure</i>	Tingkat kenyamanan yang dirasakan wahana <i>Water adventure</i>	Ordinal	III.B.4

	Kesesuaian wahana <i>Water adventure</i> dengan keinginan pengunjung	Tingkat kesesuaian wahana <i>Water adventure</i> dengan keinginan pengunjung	Ordinal	III.B.5
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b> Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana pembeli secara aktual melakukan pembelian ( Kotler & Amstrong, 2008:146)				
	Pilihan produk	Tingkat Keunggulan jenis wisata <i>theme park</i> dibandingkan jenis wisata lain	Ordinal	IV.A.1.1
		Tingkat Daya tarik jenis wisata <i>theme park</i> dibandingkan jenis wisata lain	Ordinal	IV.A.1.2
		Tingkat Keunikan jenis wisata <i>theme park</i> dibandingkan jenis wisata lain	Ordinal	IV.A.1.3
		Tingkat Kesesuaian manfaat yang dirasakan setelah mengunjungi jenis wisata <i>theme park</i>	Ordinal	IV.A.1.4
	Pilihan merek	Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan rekomendasi	Ordinal	IV.B.1
		Tingkat Kepopuleran wahana wisata di Jawa timur park	Ordinal	IV.B.2
	Pilihan saluran pembelian	Tingkat Kekestrategisan lokasi Jawa Timur Park	Ordinal	IV.C1
		Tingkat keseringan pembelian tiket secara langsung ditempat	Ordinal	IV.C.2
	Waktu berkunjung	Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan waktu liburan	Ordinal	IV.D.1
		Keputusan berkunjung berdasarkan waktu normal	Ordinal	IV.D.2

		Tingkat Keputusan waktu berkunjung berdasarkan libur nasional	Ordinal	IV.D.3
	jumlah kunjungan	Tingkat keseringan mengunjungi JTP	Ordinal	IV.E.1
		Tingkat jumlah tiket yang dibeli pada satu kali kunjungan	Ordinal	IV.E.2

### 3.2.3 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

#### 3.2.3.1 Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu :

##### 1. Data Primer

Merupakan data secara langsung diperoleh dari sumbernya. Data ini data berupa tanggapan langsung dari pengunjung mengenai pelaksanaan pengaruh lini produk baru dan *re-positioning* dalam pengembangan produk baru terhadap keputusan berkunjung

##### 2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, yakni dengan cara mencari informasi diberbagai media mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian tersebut.

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

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Statistik kunjungan wisatawan ke Indonesia periode 2005 hingga 2009	<i>Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia</i>	Data Sekunder
2	Jumlah Kunjungan Ke Jawa Timur	BPS Provinsi Jawa Timur	Data Sekunder
3	Jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Batu periode 2005-2009	BPS Kota Batu	Data Sekunder
4	Alasan berkunjung ke Jawa Timur Park	Prapenelitian Maret 2010	Data Primer
5	Wahana baru Jawa Timur Park	Dep. Marketing Jawa Timur Park	Data primer

### 3.2.3.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
2. Observasi atau pengamatan langsung terhadap kegiatan dan keadaan Jawa Timur Park Batu.
3. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008:199). Pengumpulan data

dengan angket dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (sampel penelitian).

4. Wawancara dengan pihak Jawa Timur Park dengan mengadakan tanya jawab langsung tentang pengembangan produk baru terhadap keputusan berkunjung wisatawan

### **3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **3.2.4.1 Populasi**

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis.

Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Sugiyono (2008:115) mengemukakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengunjung Jawa Timur Park. Jumlah pengunjung Jawa Timur Park adalah 545.634 pengunjung individu pada tahun 2009, jumlah tersebut diperoleh dari hasil perhitungan jumlah pengunjung berdasarkan jumlah tiket yang terjual atau data pengunjung yang ada tiap bulannya pada tahun 2009. Peneliti mendapatkan data tersebut dengan cara melakukan wawancara dengan departemen *marketing* Jawa Timur Park.



### 3.2.4.2 Sampel

Penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. sampel responden yang diambil dari penelitian ini adalah responden yang sudah mengunjungi dan menikmati wahana baru di Jawa Timur Park, wahana baru tersebut antara lain *sky cooper*, *star chase*, *ulat coaster* dan *water adventure*.

Menurut Sugiyono (2007:73) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Berdasarkan jenis populasi dalam penelitian ini yaitu heterogen, maka dalam menentukan ukuran sampel ( $n$ ), peneliti menggunakan perhitungan Yamane dengan presisi sebesar 10% dan tingkat kepercayaan 90%. Adapun rumus Taro Yamane adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot (d)^2 + 1}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Populasi

$d$  = Presisi (10%)

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

$$\frac{545.634}{545.634 \times (10\%)^2 + 1}$$

=100

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas maka jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 100 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiono (2008:217), Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian dilakukan penarikan sampel sistematis, menurut Hermawan (2005:153) dalam sistematis sampling populasi dibagi dalam ukuran sampel yang diperlakukan (N) dan sampel yang diperoleh dengan cara mengambil setiap subjek ke-n. Sedangkan menurut Sugiono (2008:121) sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi urut. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan mengambil nomor ganjil, genap, dan kelengkapan dari bilangan tertentu.

Dalam teknik ini setiap anggota populasi diberikan nomor urut, Anggota sampel dipilih acak dengan menggunakan prinsip proporsional. Proporsional ditentukan berdasarkan perhitungan perbandingan jumlah populasi dominan jumlah sampel yang diinginkan. Langkah-langkah dalam penentuan sampel dengan teknik sebagai berikut. *Pertama*, Identifikasi keseluruhan anggota populasi. *Kedua*, daftar dan berikan nomor urut setiap anggota populasi. *Ketiga*, Tentukan besarnya jumlah sampel yang diinginkan. *Keempat*, tentukan proporsional sistematis dengan menghitung perbandingan jumlah populasi dengan jumlah sampel yang diinginkan. *Kelima*, mengacak anggota populasi. *Keenam*, tentukan urut pertama secara random yang akan dijadikan sebagai nomor awalan

pada urutan populasi untuk dimulainya pemilihan sampel. Ketujuh. Dari nomor awal yang telah ditentukan tersebut. Setiap K (proporsional sistematis) langkah terpilih sebagai sampel. Kedelapan, ulangi terus menerus hingga akhirnya dapat dipilih semua anggota sampel yang berasal dari pengunjung individu Jawa Timur Park

### 3.2.5 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.5.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya angket yang disebar. validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya validitas yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien Korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Arikunto, 2006:274})$$

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

Berikut hasil pengolahan data yang menunjukkan item-item dalam pertanyaan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374 sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig	Ket
<b>LINI PRODUK BARU</b>					
1	Daya tarik desain wahana star chase	0,864	0,374	0,000	Valid
2	Daya tarik desain wahana sky cooper	0,890	0,374	0,000	Valid
3	Daya tarik desain wahana ulat coaster	0,566	0,374	0,001	Valid
4	Perasaan setelah menikmati wahana star chase	0,444	0,374	0,014	Valid
5	Perasaan setelah menikmati wahana sky cooper	0,789	0,374	0,000	Valid
6	Perasaan setelah menikmati wahana ulat coaster	0,725	0,374	0,000	Valid
7	Kesesuaian wahana star chase dengan keinginan pengunjung	0,763	0,374	0,000	Valid
8	Kesesuaian wahana sky cooper dengan keinginan pengunjung	0,604	0,374	0,000	Valid
9	Kesesuaian wahana ulat coaster dengan keinginan pengunjung	0,766	0,374	0,000	Valid
10	Keamanan wahana star chase	0,643	0,374	0,000	Valid
11	Keamanan wahana sky cooper	0,732	0,374	0,000	Valid
12	Keamanan wahana ulat coaster	0,784	0,374	0,000	Valid
<b>REPOSITIONING</b>					
13	Daya tarik wahana water adventure	0,834	0,374	0,000	Valid
14	Kebersihan wahana water adventure	0,786	0,374	0,000	Valid
15	Kelengkapan fasilitas water adventure	0,650	0,374	0,000	Valid

16	Kenyamanan di water adventure	0.786	0.374	0.000	Valid
17	Kesesuaian wahana water adventure	0.860	0.374	0.000	Valid
<b>Keputusan Berkunjung</b>					
18	Keunggulan jenis wisata theme park dibandingkan jenis wisata lain	0,489	0.374	0.006	Valid
19	Daya tarik jenis wisata theme park dibandingkan jenis wisata lain	0.407	0.374	0.026	Valid
20	Keunikan jenis wisata theme park dibandingkan jenis wisata lain	0.408	0.374	0.025	Valid
21	Kesesuaian jenis wisata theme park	0.577	0.374	0,001	Valid
22	Berkunjung berdasarkan rekomendasi orang lain	0.536	0.374	0.002	Valid
23	Kepopuleran jenis wisata JTP	0.387	0.374	0.035	Valid
24	Kestrategisan lokasi JTP	0.443	0.374	0.014	Valid
25	Pembelian Tiket langsung	0.489	0.374	0.006	Valid
26	Week end	0,577	0.374	0.001	Valid
27	Week day	0,489	0.374	0.006	Valid
28	Libur nasional	0,536	0.374	0.002	Valid
29	Keseringan mengunjungi JTP	0,407	0.374	0.026	Valid
30	Jumlah tiket yang dibeli	0,577	0,374	0.001	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2010

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.4 pengukuran validitas untuk sub variabel pengembangan produk baru menunjukkan bahwa item-item dalam pertanyaan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374. Pengukuran validitas pada lini produk baru menunjukkan item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi adalah Daya tarik desain wahana sky cooper dengan skor 0.890. untuk pengukuran validitas pada *repositioning* item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi adalah Kesesuaian wahana water adventure

dengan nilai 0.860 dan untuk keputusan pembelian item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi adalah kesesuaian jenis wisata *theme park* dengan nilai 0.577

### 3.2.5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Suatu reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data, karena instrumen itu sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang *reliable* akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Menurut (Husein Umar, 2002:194) reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama

Koefisien Alpha Cronbach ( $C\alpha$ ) 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 (Anderson dkk, 1998:88).

$$C\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad (\text{Azwar, 2003:184})$$

dimana:

$\alpha$  = koefisien alpha Cronbach,

$k$  = jumlah item pernyataan,

$\sum \delta_i^2$  = jumlah variansi setiap item pernyataan,

$\delta_t^2$  = variansi skor total

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

(Sudjana, 2000:93)

Dilihat dari statistik alpha Cronbach, suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 ( Anderson dkk, 1998:88). Uji reliabilitas yang gunanya untuk mengetahui ketepatan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama. Hasil pengujian reabilitas menggunakan angket 30 responden yang terdiri dari responden instansi pendidikan, perusahaan dan umum, dan untuk mengetahui hasil reabilitas intrumen penelitian sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	Alpha cronbach	Kesimpulan
1	Pengembangan produk baru	0,7183	Reliable
2	Keputusan berkunjung	0,9228	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil pengujian reabilitas pengembangan produk baru mendapatkan nilai 0,7183 dan keputusan berkunjung sebesar 0,9228

### 3.2.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 3.2.6.1 Rancangan Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini di susun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai Pengembangan pengembangan baru terhadap keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah Pengembangan produk yang terdiri atas lini produk baru ( $X_1$ ) dan *re-positioning* ( $X_2$ ). Objek yang merupakan variabel terikat atau Y adalah keputusan berkunjung yang mencakup pilihan produk, pilihan merek, pilihan

saluran distribusi, jumlah pembelian dan pilihan waktu. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu :

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

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

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 path analisis, karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu ( $X_1$ )Lini produk baru, dan *re-positioning* ( $X_2$ ), dan Y adalah keputusan berkunjung

### **Analisis Deskriptif**

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu :



1. Analisis deskriptif tanggapan pengunjung Jawa Timur Park mengenai lini produk baru Jawa Timur Park
2. Analisis deskriptif tanggapan pengunjung Jawa Timur Park mengenai *re-positioning* Jawa Timur Park.
3. Analisis deskriptif tanggapan pengunjung Jawa Timur Park mengenai keputusan berkunjung Jawa Timur Park.

Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada tabel berikut:

**TABEL 3.6**  
**KRITERIA PENAFSIRAN TANGGAPAN RESPONDEN**

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak Seorangpun
2.	1% - 25%	Sebagian Kecil
3.	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51% - 75%	Sebagian Besar
6.	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Mochammad Ali (1995:184)

## 5. Analisis Verifikatif

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis path analisis, karena penelitian ini menganalisis lini produk baru ( $X_1$ ), dan *re-positioning* ( $X_2$ ), dan Y adalah keputusan berkunjung

Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

### a. *Method of Successive Internal (MSI)*

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang telah diampaikan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan

menggunakan *methode of succesive interval* (Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi ( $\rho$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban.
5. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(DencityAtLowerLimit) - (DencityAtUpperLimit)}{(AreaBellowUpperLimit) - (AreaBellowLowerLimit)}$$

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

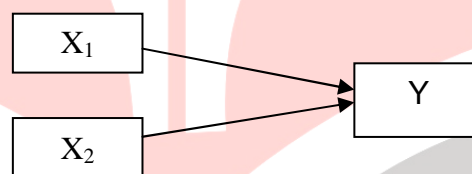
### 3.2.6.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X yaitu Pengembangan produk baru yang terdiri dari Lini Produk Baru ( $X_1$ ), Repositioning ( $X_2$ ), terhadap variabel dependen Y

yaitu meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran distribusi, jumlah pembelian dan pilihan waktu. Langkah-langkah dalam teknis analisis data adalah sebagai berikut:

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

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara 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 :

$X_1$  : Lini Produk Baru

$X_2$  : Repositioning

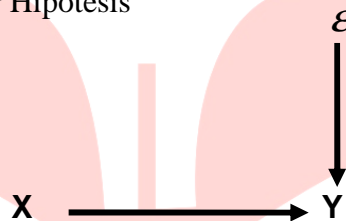
$Y$  : Keputusan Berkunjung

$\varepsilon$  : Epsilon (Variabel lain)

Struktur hubungan di atas, mengisyaratkan bahwa pengembangan produk baru berpengaruh pada keputusan berkunjung. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\varepsilon$  namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak

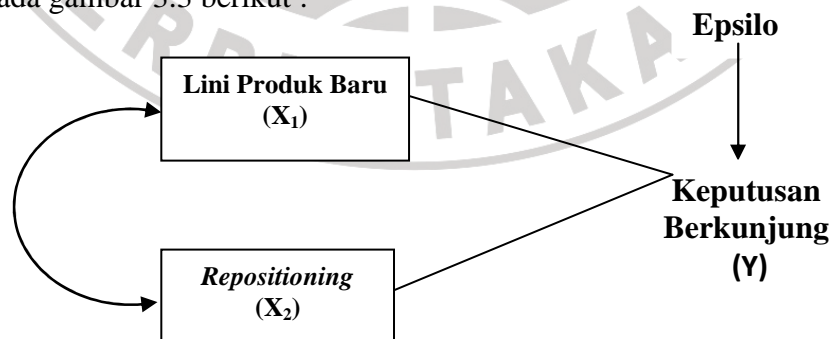
diperhatikan. Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh positif antara pengembangan produk baru yang terdiri dari lini produk Baru ( $X_1$ ), Repositioning ( $X_2$ ), terhadap keputusan berkunjung (Y) yang meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran distribusi, jumlah pembelian dan pilihan waktu. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar Struktur Hipotesis



**GAMBAR 3.2**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS**

- b. 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**

- c. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R = \begin{pmatrix} \bar{X}_1 & \bar{X}_2 \\ 1 & r_{X_2X_1} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

- d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis  
Menghitung matriks invers korelasi

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

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 \\ C_{1.1} & C_{1.2} \\ & & C_{1.2} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX.1} \\ r_{YX.2} \end{pmatrix}$$

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

$$R^2Y (X_1, X_2) = [P_{YX1} \dots P_{YX2}] \begin{bmatrix} r_{YX1} \\ \dots \\ r_{YX2} \end{bmatrix}$$

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

**Pengaruh  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$ :**

Pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

Pengaruh langsung ( $X_1$ ) terhadap ( $Y$ ) =  $P_{YX1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ ) =  $P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh total ( $X_1$ ) terhadap Y = .....

Pengaruh  $X_2$  terhadap Y

Pengaruh langsung ( $X_2$ ) terhadap (Y)

$$= P_{YX2} \cdot P_{YX2}$$

Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ )

$$= P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1}$$

Pengaruh total ( $X_2$ ) terhadap Y

$$= \frac{P_{YX2} \cdot P_{YX2} + P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1}}{\dots}$$

- g. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\varepsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

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

- h. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan Hipotesis operasional:

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

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

Statistik uji yang digunakan adalah:

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

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:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1, X2, \dots)}) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

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

Secara statistik hipotesis yang akan di uji pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $dk(n-2)$ . Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis di uji hipotesis.

### 3.2.6.3 Uji Hipotesis

Adapun hipotesis statistik yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh positif pengembangan produk baru terhadap keputusan berkunjung ke Jawa Timur Park
2.  $H_a > \rho = 0$ , Artinya terdapat pengaruh positif pengembangan produk baru terhadap keputusan berkunjung ke Jawa Timur Park

