

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tanggapan mengenai pengaruh Strategi *Positioning* terhadap keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah Strategi *Positioning*, yang meliputi Produk, Harga dan Saluran distribusi. Sedangkan untuk variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan berkunjung yang terdiri dari pilihan produk/jasa, pilihan pemasok, jumlah pembelian tiket, persyaratan dan waktu berkunjung. Responden dari penelitian ini adalah pengambil keputusan grup instansi pendidikan yaitu guru, karena pihak yang secara langsung dan telah memiliki penilaian mengenai strategi *positioning* yang dilakukan oleh perusahaan, wisatawan grup insatansi pendidikan Planetarium dan Observatorium merupakan rombongan sekolah instansi pendidikan yang terdiri dari pelajar dan pembina.

Berdasarkan objek penelitian di atas, maka akan dianalisis mengenai tanggapan responden mengenai pelaksanaan strategi *positioning* Planetarium dan Observatorium Jakarta terhadap tingkat keputusan berkunjung,

#### **3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan**

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Puspowarisito (2008:81) adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami karakteristik fenomena atau masalah yang diteliti. Penelitian deskriptif ini

bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran tentang variabel. Melalui Penelitian deskriptif dapat diperoleh deskripsi masing-masing variabel mengenai Strategi *Positioning* yang terdiri dari Produk, Harga, Saluran distribusi. terhadap tingkat keputusan berkunjung ke Planetarium dan Observatorium Jakarta). 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 yang panjang (Husein Umar, 2002:45).

Penelitian Verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji pengaruh pelaksanaan Produk, Harga, Saluran distribusi dalam strategi *positioning* 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 *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2009:11) “Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data).”

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini mencakup pengaruh Strategi Positioning (X) yang terdiri atas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Saluran distribusi ( $X_3$ ), Serta Keputusan berkunjung (Y) yang meliputi pemilihan produk/jasa, pemilihan pemasok, jumlah pemesanan tiket, Persyaratan dan waktu

berkunjung. Agar lebih jelas, operasionalisasi variabel disajikan dalam bentuk tabel berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPRASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<b>Strategi Positioning (X)</b>	Strategi <i>Positioning</i> berisi kombinasi kegiatan marketing mix yang digunakan untuk mewujudkan konsep <i>positioning</i> di benak pembeli, yang komponennya terdiri atas strategi produk (bagaimana produk akan diposisikan terhadap pesaing dalam produk pasar sasaran), harga, saluran distribusi, promosi. Ali Hasan (2008:204):				
	I. <i>Produk</i> (Produk diposisikan sebagai pemimpin di suatu kategori produk tertentu)	Kualitas tampilan teater bintang	Tingkat kualitas tampilan produk teater bintang.	Ordinal	III.A.1
		Kemenarikan film teater bintang yang ada di Planetarium	Tingkat Kemenarikan film teater bintang yang ada di Planetarium	Ordinal	III.A.2
		Keragaman jenis film teater bintang	Tingkat keragaman jenis film teater bintang	Ordinal	III.A.3
		Kejelasan film teater bintang	Tingkat Kejelasan film teater bintang	Ordinal	III.A.4
		Kesesuaian film teater bintang yang ditawarkan PLMO sesuai dengan responden pelajari di sekolah.	Tingkat Kesesuaian film teater bintang yang ditawarkan PLMO sesuai dengan responden pelajari di sekolah	Ordinal	III.A.5
		Kualitas peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Tingkat kualitas peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Ordinal	III.A.6
		Kemenarikan kegiatan peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Tingkat kemenarikan kegiatan peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Ordinal	III.A.7
		Keragaman kegiatan peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Tingkat keragaman kegiatan peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Ordinal	III.A.8
		Kejelasan peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Tingkat kejelasan peneropongan/observatorium yang ada di Planetarium	Ordinal	III.A.9
		Kesesuaian kegiatan peneropongan/observatorium sesuai dengan responden pelajari di sekolah	Tingkat Kesesuaian kegiatan peneropongan/observatorium sesuai dengan responden pelajari di sekolah	Ordinal	III.A.10
		Kualitas koleksi gambar antariksa, foto-foto	Tingkat Kualitas koleksi gambar antariksa, foto-foto	Ordinal	III.A.11

		antariksa dan miniatur astronomi yang berada di ruang pameran yang ada di Planetarium	antariksa dan miniatur astronomi yang berada di ruang pameran yang ada di Planetarium		
		Kemenarikan koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang berada di ruang pameran Planetarium	Tingkat Kemenarikan koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang berada di ruang pameran Planetarium	Ordinal	III.A.12
		Keragaman koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang ada di ruang pameran Planetarium	Tingkat Keragaman koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang ada di ruang pameran Planetarium	Ordinal	III.A.13
		Kejelasan koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang ada di ruang pameran Planetarium	Tingkat Kejelasan koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang ada di ruang pameran Planetarium	Ordinal	III.A.14
		Kesesuaian koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang ada di ruang pameran Planetarium sesuai dengan responden pelajari di sekolah	Tingkat Kesesuaian koleksi gambar antariksa, foto-foto antariksa dan miniatur astronomi yang ada di ruang pameran Planetarium sesuai dengan responden pelajari di sekolah	Ordinal	III.A.15
	2. Harga (penentuan posisi menurut harga) Produk diposisikan sebagai produk yang menawarkan harga rendah dengan produk terbaik	Kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas yang disediakan planetarium	Tingkat Kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas yang disediakan planetarium	Ordinal	III.B.1
		Kesesuaian harga dengan nilai produk yang ditawarkan planetarium	Tingkat Kesesuaian harga dengan nilai produk yang ditawarkan planetarium	Ordinal	III.B.2
		Kesesuaian harga dengan daya guna/manfaat	Tingkat Kesesuaian harga dengan daya guna/manfaat	Ordinal	III.B.3
		Kesesuaian harga dengan harapan dan keinginan	Tingkat Kesesuaian harga dengan harapan dan keinginan	Ordinal	III.B.4
		Kesesuaian harga dibandingkan dengan produk pesaing	Tingkat Kesesuaian harga dibandingkan dengan produk pesaing	Ordinal	III.B.5
		Kesesuaian biaya dengan kesenangan yang di dapat	Tingkat kesesuaian biaya dengan kesenangan yang di dapat	Ordinal	III.B.6
		Pengalaman yang didapatkan setelah berkunjung ke PLMO	Tingkat pengalaman yang didapatkan setelah berkunjung ke PLMO	Ordinal	III.B.7
		Keberagaman program yang dimiliki PLMO	Tingkat Keberagaman program yang dimiliki PLMO	Ordinal	III.B.8
	3. Saluran Distribusi (positioning menurut saluran distribusi) Merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk	Kemudahan Mengakses Informasi	Tingkat Kemudahan Mengakses Informasi	Ordinal	III.C.1
		Kemudahan menjangkau lokasi	Tingkat Kemudahan Kemudahan menjangkau lokasi	Ordinal	III.C.2
		Efisiensi waktu yang ditempuh	Tingkat Efisiensi waktu yang ditempuh	Ordinal	III.C.3
		Infrastruktur yang baik.	Tingkat Infrastruktur yang baik	Ordinal	III.C.4

<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Perilaku pembelian bisnis dari organisasi yang membeli barang atau layanan yang digunakan dalam produksi produk atau jasa layanan lain atau untuk tujuan dijual kembali atau menyewakannya kembali ke pihak lain untuk mendapatkan laba (Kotler dan Armstrong, 2008:196)	<b>Pilihan Produk/jasa</b> (Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berniat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan)	Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan Keunggulan jenis wisata <i>edukasi</i> dibandingkan jenis wisata lain	Ordinal	IV.A.1
			Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan Daya tarik jenis wisata <i>edukasi</i> dibandingkan jenis wisata lain	Ordinal	IV.A.2
			Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan Keunikan jenis wisata <i>edukasi</i> di PLMO dibandingkan jenis wisata lain	Ordinal	IV.A.3
		<b>Pilihan Pemasok</b> Sebagai orang yang memutuskan pembelian meninjau ulang proposal dan memilih satu beberapa pemasok. Selama pemilihan pemasok pusat pembelian sering membuat daftar atribut yang diinginkan & arti penting relatif mereka	Tingkat ketepatan keputusan berkunjung berdasarkan tujuan dan keinginan sekolah	Ordinal	IV.B.1
			Tingkat Kepopuleran daya tarik wahana wisata di PLMO	Ordinal	IV.B.2
			Tingkat keputusan berkunjung berdasarkan keterkaitan PLMO pada pelajaran, Sains, yang ada di sekolah	Ordinal	IV.B.3
		<b>Jumlah pembelian</b> Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu kali	Tingkat keseringan mengunjungi PLMO	Ordinal	IV.C.1
			Tingkat jumlah tiket yang dibeli dalam satu kali kunjungan	Ordinal	IV.C.2
		<b>Persyaratan dan waktu pembelian</b> Konsumen dalam melakukan pembelian memberikan beberapa persyaratan serta waktu yang ditentukan untuk melakukan pembelian	Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan waktu liburan sekolah	Ordinal	IV.D.1
			Tingkat Keputusan berkunjung berdasarkan waktu normal/hari kerja..	Ordinal	IV.D.2

Sumber : Dimodifikasi dari berbagai literatur

### 3.2.3 Jenis Sumber Data

#### 3.2.3.1 Jenis 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 konsumen mengenai pelaksanaan

pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi terhadap tingkat keputusan berkunjung ke Planetarium dan Observatorium Jakarta

## 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. Lebih jelas lagi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam sumber data

### 3.2.3.2 Sumber Data

Berikut ini data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2:

**TABEL 3.2**  
**Jenis Dan Sumber Data**

No	Jenis Data	Sumber Data	Kategori Data
1	Pertumbuhan wisman dan wisnus di DKI Jakarta	Sumber:Badan Pusat Statistik, 2010	Data Sekunder
2	Jumlah kunjungan wisatawan edukasi DKI Jakarta	bps.jakarta.go.id	Data Sekunder
3	Pengunjung Planetarium dan Observatorium Jakarta Tahun 2006-2009	Planetarium dan Observatorium Jakarta, 2010	Data Sekunder
4	Strategi <i>diferensiasi</i> Museum Nasional, Museum Satria Mandala dengan Planetarium dan Observatorium Jakarta sebagai isata edukasi	Dinas Pariwisata dan kebudayaan DKI Jakarta,2010	Data Sekunder
5	Strategi tindak pengembangan Planetarium dan Observatorium Jakarta periode tahun 2010	Planetarium dan Observatorium Jakarta, 2010	Data Sekunder
6	Judul film teater bintang	Planetarium dan Observatorium Jakarta	Data Sekunder
7	Jadwal pertunjukan film teater bintang	Planetarium dan Observatorium Jakarta	Data Sekunder
8	Tanggapan responden mengenai strategi <i>Positionong</i>	Pengunjung Planetarium dan Observatorium Jakarta	Data Primer
9	Tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung	Pengunjung Planetarium dan Observatorium Jakarta	Data Primer

Sumber : Dimodifikasi dari berbagai literatur

### 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 tersebut digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. 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 dalam penelitian ini adalah wisatawan grup. Wisatawan grup instansi pendidikan Planetarium dan Observatorium yaitu merupakan rombongan yang terdiri dari siswa dan guru. Data mengenai wisatawan grup Planetarium dan Observatorium Jakarta Tahun 2009 sebanyak 342 grup, yang terdiri dari TK/TPA, SD/MI, SMP/MTs dan SMA/SMK/MA, Berikut ini merupakan Tabel 3.3 populasi Planetarium dan Observatorium Jakarta:

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH POPULASI PENGUNJUNG GRUP INSTANSI PENDIDIKAN**  
**PLANETARIUM DAN OBSERVATORIUM JAKARTA**

Kalsifikasi pengunjung Berdasarkan Lembaga Pendidikan	Jumlah Sekolah/Grup
TK/TPA	70
SD/MI	168
SMP/MTs	96
SMA/SMK/MA	8
<b>Jumlah</b>	<b>342</b>

(Sumber: Seksi Publikasi dan Promosi Planetarium dan Observatorium Jakarta, 2010)

### 3.2.4.2 Sampel

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.

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.

Untuk mengukur sampel, digunakan rumus, pada penelitian ini digunakan formula ukuran sampel atau *minimax formula* dengan Rumus Slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Husen Umar, 2000:274})$$

Dengan :

$n$  = ukuran sampel minimal

$N$  = ukuran populasi

$e$  = Kelonggaran ketidak teletian karena kesalahan sampel yang ditolerir ( $e=0,1$ )

$$n = \frac{342}{1 + 342 \times 0.1^2}$$

$$n = \frac{342}{3,43}$$

$$n = 99,7$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kelonggaran sebesar 10% didapat sampel sebanyak 99,7 namun agar sampel yang digunakan untuk menjaga keakuratan data, maka jumlah sampel yang ditarik adalah sebesar 100 responden. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang guru dari grup instansi pendidikan yang berkunjung ke Planetarium dan Observatorium. Untuk proporsional sampel digunakan Rumus *sampling Fraction* sebagai berikut:

$$F_i = \frac{N_i}{N}$$

Kemudian besarnya *sample per cluster* yaitu:  $n_i = f_i \times n$

Keterangan :

$f_i$  = *sampling fraction cluster*

$N_i$  = banyaknya individu yang ada dalam *cluster*

$N$  = banyaknya populasi seluruhnya

$n$  = banyaknya anggota yang dimasukkan sampel

$n_i$  = banyaknya anggota yang dimasukkan menjadi sub sampel

**TABEL 3.4**  
**PROPORSIONAL SAMPEL**  
**PLANETARIUM DAN OBSERVATORIUM JAKARTA**

Kalsifikasi pengunjung Grup Instansi Pendidikan	$N_i$	$N$	$f_i$	$n$	$n_i$
TK/TPA	70	342	0,204	100	20
SD/MI	168	342	0,204	100	49
SMP/MTs	96	342	0,280	100	28
SMA/SMK/MA	8	342	0,023	100	3
Total Sampel					100

Berdasarkan Tabel 3.4 Jumlah sampel TK sebanyak 20 pengambil keputusan, SD sebanyak 49 pengambil keputusan, SMP sebanyak 28 pengambil keputusan, SMA Sebanyak 3 pengambil keputusan.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2009:73). Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling*. Menurut Asep Hermawan (2005:153) dalam sistematik sampling populasi dibagi dalam ukuran sampel yang diperlakukan ( $N$ ) dan sampel yang diperoleh dengan cara mengambil setiap subjek ke- $n$  Sedangkan menurut Sugiono (2009:121) 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.

Metode sampling sistematis menurut Malhotra (2005:377) setiap anggota populasi diberikan nomor urut, Anggota sampel dipilih acak dengan menggunakan prinsip proporsional. Proporsional ditentukan berdasarkan perhitungan perbandingan jumlah populasi dengan jumlah sampel yang diinginkan.

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

1. Identifikasi keseluruhan anggota populasi.
2. Daftar dan berikan nomor urut setiap anggota populasi.
3. Tentukan besarnya jumlah sampel yang diinginkan.
4. Tentukan proporsional sistematis dengan menghitung perbandingan jumlah populasi dengan jumlah sampel yang diinginkan.
5. Mengacak anggota populasi.
6. Menentukan urut pertama secara random yang akan dijadikan sebagai nomor awal pada urutan populasi untuk dimulainya pemilihan sampel.
7. Dari nomor awal yang telah ditentukan tersebut. Setiap  $K$  (proporsional sistematis) langkah terpilih sebagai sampel.
8. Mengulang terus menerus hingga akhirnya dapat dipilih semua anggota sampel yang berasal dari rombongan segmen yaitu guru sebagai pengambil keputusan berkunjung ke Planetarium dan Observatorium Jakarta.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mencari data mengenai variabel-variabel yang laporan dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiono, 2004:135). Dalam penelitian ini angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebar pada responden merupakan angket tertutup yaitu angket dengan nitem-item pertanyaan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti.

#### 2. Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. (Sugiono, 2004:130). Wawancara juga merupakan pengumpulan informasi yang dilakukan dengan komunikasi langsung dengan pihak yang bersangkutan.

#### 3. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan merupakan suatu teknik untuk memperoleh data teoritis dan pendapat ahli melalui sumber bacaan yang berkaitan. Seperti surat kabar, majalah, buku, skripsi terdahulu, internet, jurnal, dan lainnya.

**TABEL 3.5**  
**TEKNIK PENGAMBILAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Angket	Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, pelaksanaan strategi <i>positioning</i> dan keputusan berkunjung yang ditujukan kepada responden Planetarium dan Observatorium Jakarta
2.	Wawancara	Kepala Planetarium dan Observatorium Jakarta, Kepala Seksi Pemasaran dan Publikasi Planetarium dan Observatorium Jakarta
3.	Studi Kepustakaan	Teori mengenai strategi <i>positioning</i> dan keputusan pembelian.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas

Validitas menunjukkan ukuran yang benar mengukur apa yang akan diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya dalam mencapai sasaran. Pengukuran dikatakan valid apabila mengukur tujuan dengan nyata dan benar. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses yang akurat. Uji validitas penelitian ini menggunakan metode koefisien Korelasi

*Product Moment Pearson* dengan rumus:

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

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 3.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Item Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Sig	Ket
<b>A. Produk</b>					
1	Kualitas Produk Teater Bintang	0.595	0.374	0.001	Valid
2	Kemenarikan produk Teater Bintang	0.459	0.374	0.011	Valid
3	Keragaman produk Teater Bintang	0.459	0.374	0.001	Valid
4	Kejelasan produk Teater Bintang	0.407	0.374	0.025	Valid
5	Kesesuaiaan produk Teater Bintang dengan pelajaran di sekolah	0.460	0.374	0.011	Valid
6	Kualitas Produk Peneropongan	0.560	0.374	0.001	Valid
7	Kemenarikan produk Peneropongan	0.558	0.374	0.001	Valid
8	Keragaman produk Peneropongan	0.576	0.374	0.001	Valid
9	Kejelasan produk Peneropongan	0.387	0.374	0.034	Valid
10	Kesesuaiaan produk Peneropongan dengan pelajaran di sekolah	0.558	0.374	0.001	Valid
11	Kualitas Produk Ruang Pameran	0.366	0.374	0.047	Valid
12	Kemenarikan produk Ruang Pameran	0.524	0.374	0.003	Valid
13	Keragaman produk Ruang Pameran	0.560	0.374	0.001	Valid
14	Kejelasan produk Ruang Pameran	0.558	0.374	0.001	Valid
15	Kesesuaiaan produk Ruang Pameran dengan pelajaran di sekolah	0.576	0.374	0.001	Valid
<b>B.Harga</b>					
1	Kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas yang disediakan PLMO	0.595	0.374	0.001	Valid
2	Kesesuaian harga dengan nilai produk yang ditawarkan PLMO	0.595	0.374	0.001	Valid
3	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima	0.595	0.374	0.001	Valid

4	Kesesuaian harga dengan harapan dan keinginan	0,462	0,374	0.010	Valid
5	Harga yang ditawarkan PLMO lebih murah dibandingkan wisata edukasi lain	0,560	0,374	0.001	Valid
6	Kesesuaian biaya dengan kesenangan yang di dapat	0,558	0,374	0.001	Valid
7	Pengalaman yang didapatkan setelah berkunjung ke PLMO	0,377	0,374	0.040	Valid
8	Keberagaman program yang dimiliki PLMO	0,376	0,374	0.041	Valid
<b>C.Saluran Distribusi</b>					
1	Kemudahan Mengakses Informasi	0.560	0,374	0.001	Valid
2	Kemudahan menjangkau lokasi	0.558	0,374	0.001	Valid
3	Efisiensi waktu yang ditempuh	0.538	0,374	0.002	Valid
4	Infrastruktur yang baik.	0.537	0,374	0.002	Valid
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>					
<b>Pilihan Produk/Jasa</b>					
1	Keunggulan jenis wisata edukasi di PLMO dibandingkan jenis wisata lain	0.519	0,374	0.003	Valid
2	Daya tarik jenis wisata edukasi di PLMO dibandingkan jenis wisata lain	0.429	0,374	0.018	Valid
3	Keunikan jenis wisata wisata edutainment di PLMO dibandingkan jenis wisata lainnya	0.436	0,374	0.016	Valid
<b>Pemilihan Pemasok</b>					
1	Tingkat ketepatan keputusan berkunjung berdasarkan tujuan dan keinginan sekolah	0.602	0,374	0.000	Valid
2	Kepopuleran daya tarik wahana wisata di PLMO	0.554	0,374	0.001	Valid
3	Tingkat keterkaitan PLMO pada pelajaran fisika, Astronomi, Sains, dll.	0.405	0,374	0.026	Valid
<b>Jumlah Pemesanan Tiket</b>					
1	Jumlah tiket yang dibeli pada saat satu kali kunjungan	0.456	0,374	0.011	Valid
2	Tingkat keseringan mengunjungi PLMO selama satu tahun	0.602	0,374	0.000	Valid
<b>Persyaratan dan Waktu Berkunjung</b>					
1	Frekuensi berkunjung pada saat waktu liburan Sekolah	0.519	0,374	0.003	Valid
2	Frekuensi berkunjung pada saat hari kerja	0.602	0,374	0.000	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2010

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.6 pengukuran validitas untuk sub variabel strategi *positioning* menunjukkan bahwa item-item dalam pertanyaan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374. Pengukuran validitas pada produk menunjukkan item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi adalah kualitas produk teater bintang dengan skor 0,595. Untuk pengukuran validitas pada dimensi harga pernyataan yang memiliki skor tertinggi adalah Kesesuaian harga dengan kualitas serta fasilitas yang disediakan PLMO dengan skor 0.595, untuk pengukuran validitas pada *saluran distribusi* item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi adalah kemudahan mengakses informasi dengan skor 0.560 untuk keputusan berwisata edukasi item pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi adalah dengan nilai 0.602 Tingkat ketepatan keputusan berkunjung berdasarkan tujuan dan keinginan sekolah, Frekuensi berkunjung pada saat hari kerja

### 3.2.7 Hasil Pengujian Reliabilitas

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. Reliabilitas 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

Koefisien *Cronbach Alpha* ( $C\alpha$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabelitas memadai jika *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Anderson dkk,1998:88)

$$C\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Puspowarsito, 2008:124})$$

dimana:

$C\alpha$  = nilai koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*,

$k$  = banyaknya butir pernyataan,

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah variansi butir,

$\sigma_t^2$  = variansi skor total

Sedangkan nilai variansi dihitung dengan rumus:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (xi - \bar{x})^2}{n-1}} \quad (\text{Puspowarsito, 2008:124})$$

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 untuk mengetahui ketepatan nilai angket, 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 grup edukasi, untuk mengetahui hasil reabilitas intrumen penelitian sebagai berikut:

**TABEL 3.7**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Strategi <i>Positioning</i>	0,9720	0,374	Reliable
2	Keputusan berkunjung	0,7798	0,374	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2010

Berdasarkan Tabel 3.7 hasil pengujian reabilitas *positioning* mendapatkan nilai 0,9720 dan keputusan berkunjung sebesar 0,7798

### 3.2.6 Rancangan Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 3.2.6.1 Rancangan Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh Strategi *Positioning* Planetarium dan Observatorium Jakarta (X) terhadap tingkat keputusan berkunjung (Y). Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu mengetahui pengaruh Strategi *Positioning* terhadap tingkat keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel (X) adalah strategi *positioning* yang terdiri dari Produk, Harga, Saluran distribusi dan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan keputusan berkunjung yang diadaptasi dari keputusan pembelian bisnis yang mencakup pilihan Produk/Jasa, pilihan pemasok, jumlah pemesanan tiket, persyaratan waktu berkunjung. sehingga penelitian ini meneliti pengaruh strategi *positioning* terhadap keputusan berkunjung.

##### 3.2.6.1.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. ditukukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang

ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk aktifitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan dengan fenomena lain. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian atau melihat faktor penyebab dalam penelitian sebagai berikut yaitu :

1. Strategi *Positioning* yang dilakukan oleh Planetarium dan Observatorium Jakarta yang terdiri dari Produk, Harga, Saluran distribusi.
2. Keputusan berkunjung yang diadaptasi dari keputusan pembelian bisnis yang terdiri mencakup pilihan Produk/Jasa, pilihan pemasok, jumlah pemesanan tiket, persyaratan waktu berkunjung

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.8:

**TABEL 3.8**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN WISATAWAN**

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 (1985:184)

### 3.2.6.1.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis ini dapat diketahui perilaku antara satu variabel dengan variabel lainnya dengan memberikan keterangan mengenai pengaruh *Strategi Positioning* terhadap keputusan berkunjung yang dimodifikasi dari keputusan pembelian. Adapun yang menjadi variabel (X) yaitu Strategi *positioning* yang terdiri dari Produk, Harga, Saluran Distribusi. Sedangkan variabel terikat (Y) adalah Keputusan Berkunjung sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh Strategi *Positioning* terhadap keputusan berkunjung.

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel. Oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). 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 konsumen.
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 :

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

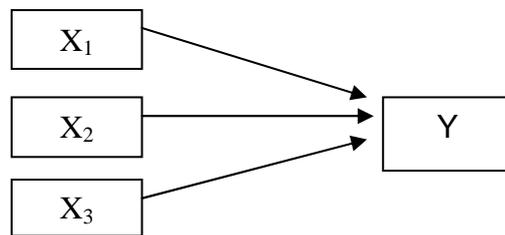
Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 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 strategi *positioning* yang terdiri dari Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Saluran Distribusi ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen Y yaitu pilihan Produk/Jasa, pilihan pemasok, jumlah pemesanan tiket, persyaratan waktu berkunjung. 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:



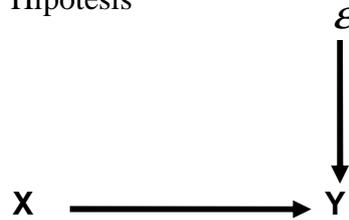
**GAMBAR 3.1**  
**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan :

- $X_1$  : Produk
- $X_2$  : Harga
- $X_3$  : Saluran Distribusi
- $Y$  : Keputusan Berkunjung
- $\varepsilon$  : Epsilon (Variabel lain)

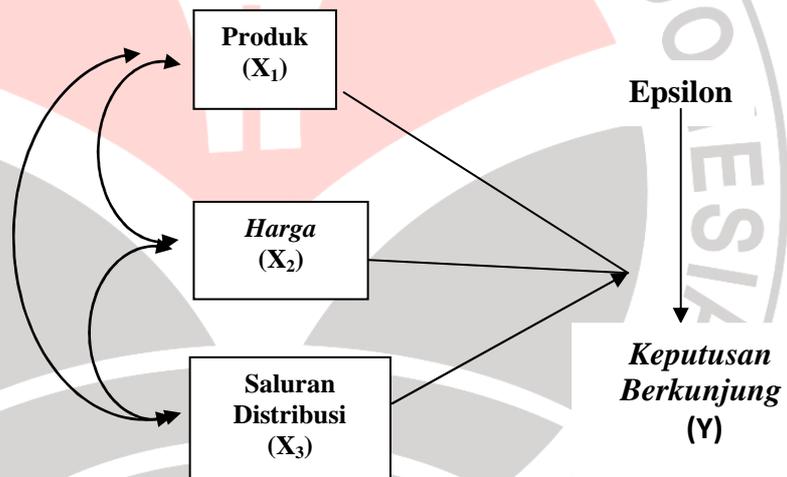
Struktur hubungan di atas, mengisyaratkan bahwa strategi *positioning* berpengaruh pada keputusan berkunjung. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\varepsilon$  namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan. Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh positif dari *positioning* yang terdiri dari Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Saluran Distribusi ( $X_3$ ) terhadap keputusan berkunjung (Y) Produk/Jasa, pilihan pemasok, jumlah pemesanan tiket, persyaratan waktu berkunjung. 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

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

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

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

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

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

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

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

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

**Pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ :**

Pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

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

Pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$

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

Pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$

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

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

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1.X2.X3)}}$$

h. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan Hipotesis operasional:

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

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

Statistik uji yang digunakan adalah:

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

Hasil  $F_{hitung}$  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:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.X2.X3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

$t$  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 *Strategi Positioning* terhadap keputusan berkunjung ke Planetarium dan Observatorium Jakarta
2.  $H_a > \rho = 0$ , Artinya terdapat pengaruh positif *Strategi Positioning* terhadap keputusan berkunjung ke Planetarium dan Observatorium Jakarta