

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal (sebab akibat). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Untuk menganalisis dari variabel independen (X) yang terdiri dari variabel *city branding* dan *city image* dalam melakukan keputusan berkunjung (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial, pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu *city branding* (X1), dan *city image* (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu dalam keputusan berkunjung.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Adapun sebagai objek penelitian ini adalah variabel independen berupa *city branding* dan *city image* terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang.

Sedangkan pada penelitian ini subyek yang dipilih adalah wisatawan yang berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang periode maret 2021. Alasan peneliti

melakukan penelitian pada wisatawan yang berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang adalah sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian mudah dijangkau, sehingga data mudah diperoleh.
- b. Wisata puncak B-29 Lumajang merupakan objek wisata yang di-*branding* unggulan oleh pemerintah Kabupaten Lumajang sehingga banyak didatangi wisatawan baik lokal maupun internasional.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Somantri et al., 2020), data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data melalui penyebaran kuesioner dimana responden akan mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan pertanyaan yang diajukan peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini akan diisi oleh responden yaitu wisatawan yang berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang.

#### **3.3.2 Sumber data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal. Data internal merupakan data hasil penelitian yang berasal dari lembaganya sendiri (Sugiyono, 2015b). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen yang berkunjung ke Wisata Puncak B-29 Kabupaten Lumajang pada periode 2021.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari elemen yang akan dijadikan sebagai wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2017).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang selama periode bulan Maret 2021.

Roscoe dalam buku (Sugiyono, 2013) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel yang digunakan menggunakan teknik Roscoe yaitu analisis dengan multivariate (korelasi atau

regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Peneliti ingin menjangkau lebih banyak tanggapan responden maka jumlah sampel yang diambil ditingkatkan menjadi  $20 \times 3$  variabel = 60 sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

### 3.4.2 Sampel dan teknik *sampling*

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari secara keseluruhan yang terdapat dalam populasi, misal keterbatasan dana, tenaga dan waktu, dan peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus benar-benar representatif atau mewakili (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *probability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *simple random sampling*.

*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013).

*Simple random sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2013). Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang pada periode 2021.

### 3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

##### a. Variabel bebas (Independen)

variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013). Variabel ini dilambangkan huruf X dan memiliki pengaruh positif dan negative terhadap variabel dependennya. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan peneliti adalah :

- 1) *City Branding* ( $X_1$ )
- 2) *City Image* ( $X_2$ )

##### b. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah keputusan berkunjung (Y).

### 3.5.2 Definisi Konseptual Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *city branding* (X1) dan *city image* (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung. Teori yang mendasari konsep pengaruh *city branding* dan *city image* terhadap keputusan berkunjung dalam penelitian ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan keempat variabel.

#### a. *City Branding*

Menurut (Saputri & Irawan, 2018), *city branding* adalah proses atau usaha membentuk brand dari suatu kota untuk mempermudah pemilik kota tersebut memperkenalkan kotanya kepada target pasar (*investor, tourist, talent, event*) kota tersebut dengan menggunakan kalimat *positioning*, slogan, ikon, eksibisi dan berbagai media lainnya.

#### b. *City Image*

Citra merek atau citra kota adalah citra yang terbentuk di benak masyarakat karena ciri khas yang dimiliki kota tersebut. Citra kota juga dapat diartikan sebagai brand image, citra merek merupakan suatu persepsi dan kepercayaan pelanggan yang direfleksikan kedalam asosiasi yang terdapat dalam ingatan konsumen. Citra kota (*city image*) dibagi berdasarkan situasi, yaitu citra positif, citra yang lemah, citra negatif, citra campuran, citra kontradiksi, dan citra dengan daya tarik (atraksi) yang berlebihan (Saputri & Irawan, 2018)

#### c. *Keputusan Berkunjung*

Pada dasarnya keputusan berkunjung adalah keputusan yang diambil oleh seseorang sebelum mengunjungi suatu tempat atau wilayah dengan

mempertimbangkan beberapa faktor. Dalam hal ini teori keputusan berkunjung diambil dari teori keputusan pembelian terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori keputusan berkunjung diaplikasikan dari model keputusan pembelian. (Jannah et al., 2014)

### 3.5.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2015b), menjelaskan “definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur”.

#### a. *City Branding*

Dalam *city branding* sebuah kota, pesan yang ingin disampaikan sangat penting untuk memperlihatkan, menginformasikan dan mengenalkan potensi daerah agar dapat menarik minat berkunjung ke daerah tersebut. Menurut (Aulia & Yulianti, 2017), terdapat enam aspek evaluasi merek kota atau yang disebut dengan segi enam merek kota (*city brand hexagon*), yaitu :

- 1) Keakraban (*Presence*).
- 2) Potensi (*Potential*).
- 3) Tempat (*Place*).
- 4) Orang/Masyarakat Penduduk (*People*).
- 5) Daya Tarik (*Pulse*).
- 6) Prasyarat (*Prerequisite*).

#### b. *City Image*

Menurut (Saputri & Irawan, 2018), citra kotat dibagi berdasarkan empat komponen, yaitu :

- 1) Kognitif.
- 2) Afektif.
- 3) Evaluatif.
- 4) *Behavioral*.

### **c. Keputusan Berkunjung**

Indikator yang menentukan minat berkunjung (Indriani & Kuswoyo, 2017) ada enam, yaitu :

- 1) ketertarikan produk.
- 2) Harga.
- 3) minat pelayanan dan fasilitas.
- 4) Preferensial.
- 5) Informasi.
- 6) Referensial.



### **3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2013).

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2013).

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian,

fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2013).

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	<i>City Branding</i> (X1)	1. Keakraban (Presence) 2. Potensi (Potential) 3. Tempat (Place) 4. Orang/Masyarakat Penduduk (People) 5. Daya Tarik (Pulse) 6. Prasyarat (Prerequisite).	1. Menurut saya <i>City Branding</i> yang dilakukan oleh Kabupaten Lumajang yaitu “Lumajang Eksotik” cukup terkenal, familiar dan populer untuk semua calon wisatawan. 2. Potensi wilayah yang mudah digunakan untuk mencari pekerjaan, melakukan bisnis dan melanjutkan pendidikan. 3. persepsi wisatawan mengenai aspek fisik Kabupaten Lumajang seperti iklim, kebersihan lingkungan, dan bagaimana keunikan alam dan bangunan. 4. sikap masyarakat Kabupaten Lumajang terhadap wisatawan. 5. Objek Wisata puncak B-29 Lumajang menawarkan daya tarik wisata yang berbeda dengan wisata lain yang ada di Indonesia. 6. Sarana dan prasarana penunjang seperti akses transportasi, penginapan, toilet, tempat sampah, rumah makan, dan sebagainya.	Ordinal	(Aulia & Yulianti, 2017),
2	<i>City Image</i> (X2)	1. Kognitif 2. Afektif	1. Saya mengetahui tentang potensi pariwisata	Ordinal	(Saputri & Irawan,

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		3. Evaluatif 4. <i>Behavioral</i>	Kabupaten Lumajang. 2. Perasaan saya setelah berkunjung Kabupaten Lumajang. 3. Penilaian yang saya berikan setelah berkunjung ke Kabupaten Lumajang. 4. Saya mempertimbangkan lagi untuk menetap, berinvestasi, bekerja, atau berkunjung ke Kabupaten Lumajang.		(Indriani & Kuswoyo, 2018)
3	Keputusan Berkunjung (Y)	1. Produk 2. Harga 3. Minat pelayanan dan fasilitas 4. Preferensial 5. Informasi 6. Referensial	1. Saya memutuskan berkunjung ke wisata Puncak B-29 Lumajang. 2. Biaya yang dikeluarkan untuk berkunjung ke wisata Puncak B-29 Lumajang relatif murah. 3. Sarana, prasarana dan fasilitas yang disediakan wisata Puncak B-29 Lumajang cukup lengkap 4. Saya mendapatkan originalitas dari informasi, fasilitas, <i>value</i> produk wisata Puncak B-29 Lumajang. 5. Informasi mengenai wisata Puncak B-29 Lumajang yang ada berupa artikel, iklan, dan foto/video dokumentasi mendorong saya untuk memutuskan berkunjung. 6. Referensi dari pihak lain tentang wisata Puncak B-29 Lumajang yang membuat saya akhirnya memutuskan berkunjung.	Ordinal	(Indriani & Kuswoyo, 2017)

Sumber : (Aulia & Yulianti, 2017), (Saputri & Irawan, 2018), (Indriani & Kuswoyo, 2017)

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut

telah tersedia jawaban, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Pertanyaan tersebut menerangkan tanggapan responden terhadap variabel *City Branding dan City Image*.

### **3.7.1 Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013).

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata puncak B-29 Lumajang.

### **3.7.2 Wawancara**

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2013).

Wawancara ini dilakukan dengan melakukan komunikasi langsung dengan responden yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata Puncak B-29.

### **3.7.3 Kuesioner**

Menurut (Sugiyono, 2013), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, argument atau persepsi seseorang atau organisasi mengenai suatu obyek. Adapun bentuk skala *likert* (Sugiyono, 2015) antara lain sebagai berikut:

- |  |   |
|--|---|
| a. Setuju/selalu/sangat (SS)                     | 5 |
| b. Setuju/sering (S)                             | 4 |
| c. Netral (N)                                    | 3 |
| d. Tidak setuju/hampir tidak pernah (TS)         | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/sangat tidak pernah (STS) | 1 |

Penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata Puncak B-29 menggunakan skala *likert* yang dapat dibuat *checklist* ataupun pilihan ganda. Peneliti berharap mendapatkan data yang akurat dari responden melalui kuesioner yang dilakukan untuk menilai keterkaitan pengaruh *City Branding* dan *City Image* terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinearitas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

#### 3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangking data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data yang harus valid dan reliable untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

##### a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017).

Bila item memiliki korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi, menunjukkan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah  $r = 0,3$ . Jadi jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015b)

### b. Uji Reliabilitas

(Purnomo, 2019) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur bisa disa dipercaya dan dapat diandalkan. Pada pengukuran ini hanya dilakukan sekali namun hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain. Adapun suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $>0,60$  dan jika hasil  $<0,60$  maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel (Purnomo, 2019)

Menurut (Nugroho, 2011) menyatakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	Interval <i>Cronbach Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,000-,20	Kurang Reliabilitas
2	0,201-,40	Agak Reliabel
3	0,401-0,60	Cukup Realiabel
4	0,601-0,80	Reliabel
5	0,801-1,00	Sangat Realiabel

Sumber Data : (Nugroho, 2011)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi digunakan untuk melakukan peramalan. Sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan permasalahan yang seminimal mungkin. Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama – sama dengan proses uji regresi berganda, sehingga langkah – langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan kotal kerja yang sama dengan uji regresi (Bahri, 2018)

### a. Uji Normalitas Data

Menurut (Maslakhah, 2017) uji normalitas data adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah suatu variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dapat di uji dengan berbagai metode, antara lain:

Menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P – P *Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik – titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Rachmawati & Andjarwati, 2020) uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menemukan korelasi antara variabel – variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel – variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing – masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.

- 3) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai  $R^2$  maupun *Adjusted R<sup>2</sup>* di atas 0,60, namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Setiawan & Wiwaha, 2019), uji heteroskedastisitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu ke residual yang lain.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Dasar analisisnya sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas).
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan oleh peneliti yang akan meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen dengan variabel independen yang lebih dari satu (Sugiyono, 2017). Persamaan dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$KB = a + b_1CB + b_2CI$$

Dimana :

KB : Keputusan Berkunjung

a : Konstanta

CB : *City Branding*

CI : *City Image*

b : Koefisien regresi variabel independen

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi berganda, kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (*City Branding* dan *City Image*) terhadap variabel dependen (Keputusan Berkunjung), baik secara parsial maupun simultan.

#### a. Uji t (Uji parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (*City Branding* dan *City Image*) terhadap variabel dependen (Keputusan Berkunjung).

Adapun langkah – langkah pengujian hipotesis Sunyoto(2014) sebagai berikut:

#### 1) Merumuskan hipotesis

##### a. Hipotesis Pertama

H<sub>0</sub> = Tidak terdapat pengaruh *City Branding* yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

H<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh *City Branding* yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

b. Hipotesis Kedua

H<sub>0</sub> = Tidak terdapat pengaruh *City Image* yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

H<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh *City Image* yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

2) Menentukan level signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika  $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>α</sub> diterima

Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima H<sub>α</sub> ditolak

4) Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus:

$$T_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

**b. Uji F (Uji simultan)**

Uji simultan atau uji F adalah uji untuk mengetahui koefisien regresi yang simultan atau serentak atau secara keseluruhan mempengaruhi variabel dependen (Silaen, 2018). Uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel independen yang terdiri dari *City Branding* dan *City Image* dengan variabel dependen (keputusan berkunjung) benar terdapat adanya pengaruh linier.

Menurut Sunyoto (2014) langkah – langkah pengujian secara simultan yaitu:

1. Merumuskan hipotesis

**Hipotesis Ketiga :**

H<sub>0</sub> = Tidak terdapat pengaruh *City Branding* dan *City Image* yang secara simultan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh *City Branding* dan *City Image* yang secara simultan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Puncak B-29.

2. Menentukan criteria pengujiannya adalah:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

**3.8.5 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Menurut Widarjono(2015) koefisien determinan ini mengukur presentase total variasi Y yang di jelaskan oleh garis regresi (variabel independen X). tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengembangkan sebuah model estimasi yang mampu mencocokkan dengan baik terhadap data sampel. *Standart error of estimate* telah dikembangkan sebagai ukuran ketetapan prediksi. Namun, ukuran ini tergantung dari skala pengukuran dari variabel dependen Y. Oleh karena itu, dibutuhkan garis regresi ini disebut dengan koefisien determinasi.

Menurut Sanusi (2017) menjelaskan bahwa, persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) semakin besar dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.