

BAB 3

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, Sudaryono (2017:92) penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yakni metode yang bertujuan menjelaskan kenajadian atau gejala sosial secara kuantitatif atau membahas bagaimana kejadian atau gejala sosial yang sedang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama dengan yang yang lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal yang artinya memiliki hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti. Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri atas variabel *advertising* dan *public relation* serta pengambilan keputusan berkunjung (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis berganda. Dengan teknik ini dapat dilanjutkan uji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara persial dan secara simultan antara variabel independen (X) yaitu *advertising* (X₁), dan *public relation* (X₂), terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung. Menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari *advertising* dan *public relation* terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung.

3.2 Objek Penelitian

Sebagai objek penelitian ini adalah variabel independen berupa *advertising* (X₁) dan *public relation* (X₂), terhadap variabel dependen berupa keputusan berkunjung (Y). Lokasi Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber yang asli (tanpa melalui media perantara). Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer bisa berupa opini subjek (orang) secara kelompok atau individual, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian (Supomo, B., & Indrianto 2018:142).

Data primer adalah hasil pengisian kuisioner oleh responden yaitu wisatawan yang pernah dan sedang berkunjung di Data primer Pemandian Tirtosari View berusia 17 tahun keatas yang snaggup dan bisa tanpa keberatan melakukan pengisian kuisioner.

3.3.2 Sumber Data

a. Data Internal

Data internal merupakan data data atau dokumen yang terdapat pada suatu perusahaan yang dikumpulkan, dicatat, dan disimpan dalam suatu organisasi merupakan tipe data internal (Supomo, B & Indriantoro 2018:145). Data internal merupakan data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Data internal dalam penelitian ini dapat diperoleh yang bersumber dari Pemerintah Desa Penanggal, data tersebut berupa jumlah kunjungan wisatawan. Data yang diperlukan wisatawan pada Pemandian Tirtosari View tahun 2017 – 2021.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah yang erisikan objek atau subjek yang yang memiliki kualitas dan karakteristik tersendiri yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajari kembali sebelum sebuah kesimpulan (Sugiyono 2014:80). Populasi yang digunaka dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan ke objek Pemandian Tirtosari *View* dengan rata-rata di tahun 2021 sebanyak 1.480 pengunjung.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi. Oleh karena itu untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui untuk memperkecil jumlah sampel yang bersarnya 1.480.

maka penulis menggunakan rumus Slovin agar penelitian dapat lebih mudah. Untuk lebih jelas rumus Slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013:78) yaitu :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + ne^2} \\
 &= \frac{1.480}{1 + 1480 \times 0,1^2} \\
 &= 15,8 \\
 &= \frac{1.480}{15,8} \\
 &= 95
 \end{aligned}$$

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampling sampel yang digunakan adalah *sampling Puroasive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:156). *Sampling Purposive* termasuk daam metode *nonprobabililty sampling*. Jenis sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling insidental. Tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut :

- a. Responden berusia 17 tahun ke atas .
- b. Responden adalah wisatawan yang berkunjung Di Wiasata Alam Pemandian Tirtosari View Kbaupaten Lumajang .

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

variabel merupakan suatu sifat atau atribut dari seseorang, organisasi, bidang keilmuan, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tersendiri antara satu dengan yang lainnya yang dapat dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan (Sudaryono 2017:151). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Independen

Variabel independen dapat disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Nama lain dalam bahasa Indonesia adalah variabel bebas, yang artinya variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab berubahnya atau menimbulkan adanya variabel dependen (terkait) (Sudaryono, 2017:154). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Advertising* (X_1) dan *Public Relation* (X_2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dapat juga disebut sebagai variabel *output*, konsekuensi, dan kriteria. Nama lain dalam bahasa Indonesia adalah variabel terikat yang artinya variabel yang menjadi akibat atau variabel yang dipengaruhi, karena adanya variabel bebas (Sudaryono, 2017:155). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan berkunjung (Y).

Jadi disimpulkan bahwa variabel independen (bebas) variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel dependen

(tergantung) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel independen dalam penelitian adalah tingkat *advertising* (X_1), *public relation* (X_2), dan (y) yaitu keputusan berkunjung Teori – teori yang mendasari konsep *advertising*, *public relation* dan keputusan berkunjung di Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang. Adalah literatur – literatur yang berhubungan dengan tiga variabel penelitian tersebut :

a. *Advertising*

Iklan atau *Advertising* adalah setiap bentuk presentasi non personal yang harus dibayar dan promosi tentang ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang beridentitas. Dari mata seorang konsumen, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan. Sedangkan pandangan sosial iklan adalah suatu bentuk jasa suatu kelompok masyarakat. Secara umum iklan membantu menjelaskan akan suatu produk, sedangkan bagi perusahaan itu sendiri iklan merupakan suatu alat pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan. (Adisaputro 2012:265).

b. *Public Relation*

Menurut Frank Jefkins, dalam (Maryam & Priliantini, 2018) *Public relation* yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik kedalam maupun ke luar organisasi dengan puliknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang dilandaskan pada saling pengertian. Public Relations suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan

dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan, dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik.

c. Keputusan berkunjung

Mulyantari dan Risangaji (2020) mengemukakan bahwa keputusan berkunjung sama dengan keputusan pembelian. Keputusan merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Kotler (2012) menyatakan bahwa proses keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu petunjuk atau informasi yang menjelaskan kepada peneliti terkait bagaimana mengukur suatu variabel secara konkrit (nyata) (Sudaryono, 2017:160).

a. *Advertising*

Adisaputro (2012:265) “iklan atau *advertising* adalah setiap bentuk presentasi non personal yang harus dibayar dan promosi tentang ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang beridentitas”.

Brerikut ini terdapat beberapa indikator yang menimbulkan *advertising* menurut Adisaputro (2012:265):

- 1) Dapat menimbulkan perhatian
- 2) Bahasa iklan menarik
- 3) Iklan dapat menimbulkan keinginan

4) Iklan menghasilkan suatu tindakan

Berdasarkan indikator tentang *Advertaising*, dapat disusun kuisisioner yang sesuai dengan skala pengukuran, anantara lain sebagai berikut :

- 1) Iklan yang di sampaikan dapat menimbulkan perhatian untuk berkunjung di Pemandian Tirtosari *View* Kabupaten Lumajang.
- 2) Iklan yang disampaikan menggunakan bahasa yang menarik *untuk* wisatawan berkunjung di Pemandian Tirtosari *View* Kabupaten Lumajang.
- 3) Iklan yang disampaikan mampu menimbulkan keingin untuk berkunjung di Pemandian Tirtosari *View* Kabupaten Lumajang.
- 4) Iklan yang disampaikan dapat memberikan kesan sehingga dapat membuat wisatawan melalukan tindakan untuk berkujung di Pemandian Tirtosari *View* Kabupaten Lumajang.

b. Public Relation

Kotler dan Amstrong (dalam Wibowo dan Priansa 2017:206) menyatakan bahwa hubungan masyarakat meliputi berbagai program yang dirancang untuk mendukung atau melindungi suatu citra organisasi bisnis atau produk-produk organisasi bisnis tersebut.

Brerikut ini terdapat beberapa indikator yang menimbulkan *public relation* menurut Kotler (2019:234) :

- 1) Acara
- 2) Berita
- 3) Media indentitas

Berdasarkan indikator tentang *Public relation*, dapat disusun kuisioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Pemandian Tirtosari *View* rutin mengadakan acara sejumlah atraksi untuk menarik wisata Tirtosari *View*, seperti kolam renang dewasa dan anak, *spot* foto *under water* dan *outbond*.
- 2) Pemandian Tirtosari *View* setiap mengadakan suatu acara sering terlihat wartawan dari media massa.
- 3) Ikon burung garuda yang ada di Pemandian Tirtosari *View* menjadi ciri khas.

c. Keputusan Berkunjung

Kotler (2012) menyatakan bahwa proses keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Brerikut ini terdapat beberapa indikator yang menimbulkan keputusan berkunjung menurut (Kotler 2012:184) :

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan membeli
- 5) Perilaku setelah pembelian

Berdasarkan indikator tentang keputusan berkunjung, dapat disusun kuisioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Saya membutuhkan jasa pariwisata di Pemandian Tirtosari *View* untuk mengisi waktu libur.
- 2) saya menegtahui Pemandian Tirtosari *View* ini dari media sosial.
- 3) objek Pemandian Tirtosari *View* memiliki fasilitas yang cukup menarik seperti kolam renang dewasa dan anak, *spot* foto *under water* dan outbond.
- 4) Pemandian Tirtosari *View* merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata karena memiliki fasilitas yang cukup menarik
- 5) Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman dan orang lain tentang keunggulan objek Pemandian Tirtosari *View*

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang difungsikan untuk mengukur fenomena sosial maupun fenomena alam yang sedang diteliti (Sugiyono, 2014:102). Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan sebuah data. Instrumen dalam penelitian kuantitatif bisa berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan kuisisioner (Sugiyono, 2014:222). Skala pengukuran adalah 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 (Listyawati 2019). Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini merupakan skala ordinal yang akan menghasilkan data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam

bentuk kategori tetapi posisi data tidak sama kedudukannya karena dinyatakan dalam skala peringkat (Listyawati 2019). Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel yang selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Advertising</i> (X1)	Dapat menimbulkan perhatian	<i>Advertising</i> yang di sampaikan dapat menimbulkan perhatian untuk berkunjung di diWisata Alam Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang.	Ordinal	Adisaputro (2012:265)
		Bahasa iklan menarik	bahasa yang menarik untuk wisatawan berkunjung		
		Iklan dapat menimbulkan keinginan	Iklan yang di sampaikan mampu menimbulkan keinginan untuk berkunjung di diWisata Alam Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang.		
		Iklan menghasilkan suatu tindakan	Iklan yang disampaikan dapat memberikan kesan sehingga dapat membuat wisatawan melakukan tindakan untuk berkunjung di Wisata Alam Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2.	<i>Public Relation</i> (X2)	Acara	Wisata Alam Pemandian Tirtosari View rutin mengadakan acara sejumlah atraksi untuk menarik wisata Tirtosari View, seperti kolam renang dewasa dan anak, spot foto under water, dan outbond.	Ordinal	Kotler (2019:234)
		Berita	Wisata Alam Pemandian Tirtosari View setiap mengadakan suatu acara sering terlihat wartawan dari media massa.		
		Media identitas	Ikon burung garuda yang ada di Wisata Alam Pemandian Tirtosari View menjadi ciri khas.		
3.	Keputusan Berkunjung (Y)	Pengenalankebutuhan	Saya membutuhkan jasa pariwisata di Wisata Alam Pemandian Tirtosari View untuk mengisi waktu libur.	Ordinal	(Kotler 2012:184)
		Pencarianinformasi	saya menegtahui Wisata Alam Pemandian Tirtosari View ini dari media sosial.		
		Evaluasi alternatif	objek Wisata Alam Pemandian Tirtosari View memiliki fasilitas yang cukup menarik seperti kolam renang dewasa dan anak, spot foto under water, dan outbond.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		Keputusan membeli	Wisata Alam Pemandian Tirtosari View merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata karena memiliki fasilitas yang cukup menarik		
		Perilaku setelah pembelian	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman dan orang lain tentang keunggulan objek Wisata Alam Pemandian Tirtosari View		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberipertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Salamah et al., (2017)). Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pengunjung berkunjung di Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang. sebanyak 95 sampel. Pengukuran data variabel *Advertaising* dan *Public relation* terhadap keputusan berkunjung, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawab dari pertanyaan kuesioner yang dibagikan secara kuesioner *offline*. Untuk mengukur respon dalam penelitian ini digunakan data interval data yang diukur dengan jarak diantara dua titik pada skala yang diketahui dari 1-5 makin keangka 5 maka pengunjung semakin setuju.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pengunjung sebanyak 95 sampel. Pengukuran data variabel *Advertaising*

dan *Public relation* terhadap keputusan berkunjung, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari pertanyaan kuesioner yang dibagikan. Untuk mengukur respon dalam penelitian ini digunakan data interval sebagai berikut :

- | | |
|------------------------------|----------------|
| a. Sangat setuju (SS) | diberi nilai 5 |
| b. Setuju (S) | diberi nilai 4 |
| c. Ragu-ragu (RG) | diberi nilai 3 |
| d. Tidak setuju(TS) | diberi nilai 2 |
| e. Sangat tidak setuju (STS) | diberi nilai 1 |

3.7.2 Wawancara

Wawancara atau dialog *interview* adalah komunikasi dua arah untuk dari responden. Wawancara digunakan sebagai teknik 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 (Sugiyono, 2015:224). Wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu kepada pengunjung atau wisatawan pada Pemandian Tirtosari *View* Kabupaten Lumajang.

3.7.3 Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, buku atau arsip yang ada di perusahaan yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian (Arwandi, 2016). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambaran umum dan menyalin data kunjungan wisatawan Lumajang pada tahun 2016 – 2021 arsip data kunjungan wisatawan dari Pemerintah Desa Penanggal.

3.8 Teknik Analisis Data

Data penelitian kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan statistik yang sudah tersedia. Semisal akan menguji hipotesis hubungan antar dua variabel, bila datanya ordinal maka statistik yang digunakan adalah korelasi Spermank, sedangkan apabila datanya interval atau ratio digunakan Korelasi Pears dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2015:400).

3.8.1 Pengujian Instrumen

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

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat kemampuan instrumen penelitian, mengikuti apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas merupakan hasil penelitian dimana terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Fitrianda 2013). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi Product Moment, dengan mengkolerasikan skor

setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item dengan kriteria sebagai berikut :

- | | |
|------------------------------|----------------|
| a. Sangat setuju (SS) | diberi nilai 5 |
| b. Setuju (S) | diberi nilai 4 |
| c. Ragu-ragu (RG) | diberi nilai 3 |
| d. Tidak setuju (TS) | diberi nilai 2 |
| e. Sangat tidak setuju (STS) | diberi nilai 1 |

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda (Siregar 2015). Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid (Sugiyono, 2012:456). Jika dilakukan dua kali pengujian dalam waktu yang berbeda, akan dapat dianalisis enam koefisien reliabilitas. Bila keenam koefisien korelasi itu semuanya positif dan signifikan, maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliabel. Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai

reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien Alpha Cronbach (Nugroho, 2011:33).

Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2

Indeks Kriteria Realibilitas

No	Interval Alpha Combach	Tingkat Realibilitas
1	0,000 - 0,20	Kurang Reliabe
2	0,201- 0,40	Sedikit Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : (Nugroho, 2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data adalah pengujian distribusi data yang akan dijabarkan mengenai penyebaran normal atau tidak, hingga bisa dipakai dalam analisis parametrik tetapi menggunakan analisis non parametrik. Tetapi, penyelesaian lain jika data penelitian tidak berdistribusi normal, yakni dengan memberi tambahan jumlah sampel lebih banyak lagi (Lupiyoadi, 2015:134).

Apa bila data sudah menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya maka, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pengujian

normalitas data dapat dilakukan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* (KS) yaitu dengan melihat nilai $AS\ Y_{mp.Sig}$ lebih besar dari tingkat signifikansi 5%

3.8.2.2 Pengujian Multikolinieritas

Menurut (Lupiyoadi, 2015:141) multikolinieritas merupakan keadaan dimana terjadi korelasi atau ikatan yang kuat antara variabel bebas yang turut diikuti sertakan dalam pembuatan program linier. Menurut (Kurniawan, 2014:157) uji multikolinieritas bertujuan melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel bebasnya, maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat terganggu.

Uji Multikolinieritas di gunakan sebagai upaya dalam menentukan ada tidaknya korelasi yang sempurna atau mendekati hubungan yang sempurna, pengujian multikolinieritas ini bisa dilakukan dengan melihat $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* semakin mendekati 1.

3.8.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pengawasan ke pengawasan lainnya. Model regresi yang memenuhi persyaratan ialah terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap atau disebut dengan homoskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau

sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan ialah Uji Glejser, Uji Rho Spearman, Uji Park atau Uji White (Kurniawan, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan metode Uji Glejser, Uji Park, dan Uji Rho Spearman.

3.8.3 Metode Analisis

3.8.3.1 Regresi Linier Berganda

Menurut (Siregar, 2015:405) regresi berganda adalah proses hasil perluasan dari regresi linier sederhana, yakni sebagai perlengkapan yang dipakai mengerjakan yang dapat mengerjakan prediksi permintaan diwaktu yang akan datang dengan menggunakan variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dan menggunakan data dari masa lalu. Atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel tak bebas (dependen).

Perumusan regresi linier berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 A_1 + \beta_2 PR_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

A = Advertising

PR = Variabel bebas kedua

β_0 = Konstanta

e = error

Dengan menggunakan alat analisis regresi berganda, bisa mengetahui secara

bersama atau sendiri yang dapat mempengaruhi variabel independen yakni *advertising* (X_1) dan *public relation* (X_2) terhadap variabel dependen yakni keputusan berkunjung (Y).

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk memahami adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y , baik secara parsial dan simultan.

3.8.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Sunyoto (2014:118-119), “Uji t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh yang signifikan ataupun tidak signifikan pada variabel independen terhadap adanya variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan uji t untuk menguji pengaruh dari signifikan variabel independen *Advertising* (X_1), dan *Public relation* (X_2) terhadap variabel dependen keputusan berkunjung (Y). Pada penelitian ini, peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)”.

Tahapan yang ada dalam uji t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis 1

H_1 : *Advertising* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata

Hipotesis 2

H_2 : *Public Relation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata.

Hipotesis 3

H3 : variabel *advertising* dan *public relation* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Tirtosari *View* Kabupaten Lumajang .

2) Menentukan Tingkat Signifikan (α) serta derajat kebebasan

Tingkat signifikan yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 10% atau 0,1. Dan untuk derajat kebebasan dengan menggunakan rumus $N-2$, N merupakan besaran sampel.

3) Menentukan kriteria pengujian

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Menentukan t_{hitung} dengan menggunakan rumus

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien}}{\text{Standar error}}$$

5) Menyusun kesimpulan dengan cara melakukan perbandingan antara hasil dari t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.4.2 Uji F atau Uji Simultan

Sunyoto (2014:119-120), “Uji F dapat digunakan untuk melihat dan mengetahui adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen dalam waktu yang bersamaan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk mencari dan mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel independen *advertising* (X_1) dan *public relation* (X_2) terhadap variabel dependen keputusan berkunjung (Y)”.

Tahap yang ada dalam uji F adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H₃ : variabel *advertising* dan *public relation* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Tirtosari View Kabupaten Lumajang .

Menentukan taraf yang signifikan pada penelitian sebesar 0,05 atau $\alpha = 5\%$ dengan menggunakan derajat kebebasan yaitu $(dk) - (n-k-1)$.

2) F hitung dan F tabel

a) F hitung dapat dilihat pada tabel ANOVA

b) F tabel dapat dilihat pada tabel statistik

3) Kriteria dalam pengujian adalah

a) Apabila F hitung $>$ F tabel maka H₀ ditolak sedangkan H_a diterima

b) Apabila F hitung $<$ F tabel maka H₀ diterima sedangkan H_a ditolak.

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Widarjono, 2015:17) koefisien determinan (R²) digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu garis linier sesuai data yang sebenarnya. R² ini menjabarkan berapa persentase jumlah berbagai bentuk variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen didalam sebuah regresi linier.

Koefisien determinan ini terdapat diantara 0 dan 1. Semakin angkanya mendekati 1 maka semakin baik garis regresinya sedangkan angkanya mendekati 0 maka memiliki garis regresinya kurang baik karena mampu menjelaskan data aktualnya (Widarjono, 2015:268).