

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2008:11).

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung. Maka dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis linear berganda. Dengan teknik tersebut dapat diuji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) yaitu Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4) dan Kualitas Pelayanan (X5) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Berkunjung. Serta dapat diketahui bahwa kelima variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

3.2 Obyek Penelitian

Adapun obyek penelitian ini adalah variabel independen berupa Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan (X) serta terhadap variabel dependen (Y) berupa Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisatawan air terjun Trapsewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

Peneliti melakukan penelitian terhadap wisatawan air terjun Trapsewu Bodang karena beberapa pertimbangan, sebagai berikut :

- 1) Rata-rata penduduk di Kabupaten Lumajang cenderung lebih suka wisata yang alami salah satunya adalah wisata air terjun Trapsewu Bodang.
- 2) Peneliti sudah paham terkait kondisi dari wisata air terjun Trapsewu ini.
- 3) Keberadaan tempat tinggal peneliti di Kabupaten Lumajang sangat mendukung dalam pendekatan dan penyebaran kuesioner pada masyarakat.
- 4) Obyek penelitian ini bertempat di Kabupaten Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

1) Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti yang berasal dari survei lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data orsinal (Sanusi, 2011:104). Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu wisatawan air terjun trap sewu bodang di Kabupaten Lumajang. Kuesioner berisi tentang pengaruh *Marketing Mix* dan *Kualitas Pelayanan* terhadap Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisata air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

2) **Data Sekunder**

Data sekunder adalah sebuah data yang yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain, dimana peneliti memanfaatkan data tersebut sesuai kebutuhannya (Sanusi, 2011:104). Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan air terjun Trapsewu Bodang di Kabupaten Lumajang.

3.3.2 **Sumber Data**

1) **Data Internal**

Data internal merupakan dokumen-dokumen akuntansi dan operasi yang dikumpulkan, dicatat dan disimpan di dalam suatu organisasi (Indriantoro2009:149). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari wisatawan air terjun Trapsewu Bodang di Kabupaten Lumajang.

2) **Data Eksternal**

Data eksternal merupakan data yang pada umumnya disusun oleh suatu identitas selain peneliti yang berasal dari organisasi yang bersangkutan (Indriantoro2009:149). Data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai berbagai informasi terkait, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:80). Adapun kunjungan pertahun bisa kita lihat bahwa ada penurunan pengunjung dari tahun 2016-2018. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan air terjun Trapsewu Bodang di Kabupaten Lumajang

Tabel 3.1 Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lumajang
Tahun 2016-2018

No	Nama Objek Wisata	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1	Agro Royal Family	9.020	3.147	-
2	Candi GedongPutri	3.830	2.243	821
3	Candi Randuagung	4.822	2.514	729
4	Goa Tetes	15.575	6.859	8,242
5	G. Lemongan	12.851	9.012	19,043
6	Hutan Bambu	19.001	67.400	168,624
7	Kolam RenangVeteran	-	27.809	36,692
8	Pantai Bambang	95.772	51..302	35,206
9	Air TerjunTrap Sewu	43.880	10.337	11,338
10	Air Terjun Kapas Biru	-	9.783	8,0585
11	PantaiWatu Pecak	67.720	69.733	48,127
12	Pantai Wotgalih	38.011	124.341	57,479
13	Pemandian Alam Tirtosari	-	11.347	17,612
14	Pemandian Joyokarto	29.832	27.194	91,783

No	Nama Objek Wisata	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
16	Pemandian Selokambang	171.197	166.140	174,989
17	Pemandian Tirtowono	-	72.199	83,339
18	Piket Nol	16.781	17.601	15,888
19	Puncak B29	50.304	48.057	46,343
20	Pura MandaGiri Agung	76.910	41.237	69,054
21	Pendakian G. Semeru	-	222.488	364,306
22	Ranu Klakah	-	15.812	14,678
23	Ranu Pakis	-	2.389	1,020
24	Ranu Bedali	-	15.997	2,926
25	Kawasan Situs Biting	2.356	1.907	10.398
26	Taman Wisata TPI	-	-	-
27	Museum Daerah Kab. Lumajang KWT	-	18.625	-
28	Waterpark (Kawasan Wonorejo Terpadu)	-	71.389	-
29	View Point Air Terjun Tumpak Sewu Semeru	-	72.321	-
30	Kawasan Pantai Dampar Indah	-	60.356	-
31	Alun- Alun Lumajang	-	1.924.386	-
32	Pemandian Telaga Semeru	-	2.699	-
33	Air Terjun Sumber Telu	-	2.456	-
34	Air Terjun Watu Lapis	-	2.295	-
35	Wisata Agro Kertowono	-	5.514	-
36	Pemandian Surojoyo	-	54.762	-
37	Air Terjun Kabut Pelangi	-	2.256	-
TOTAL		935.881.	3.258.370	935.881

Sumber: Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Lumajang Tahun 2016-2018

b. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:81). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dengan teknik pengambilan anggota populasinya dilakukan dengan acak yaitu tanpa memperhatikan status maupun strata dalam populasi. Pengambilan *sample* secara acak ini akan dilakukan pada pengunjung wisata air terjun Trapsewu yang ditemui.

Metode pengukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods for Business* (1975:160) sebagai berikut:

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian harus lebih dari 30 dan kurang dari 500.
- 2) Di mana sampel dipecah dalam kategori (pria-wanita, pegawai negeri- swasta, junir-senior dan lain-lain) ukuran sampel minimum adalah 30 untuk tiap kategori.
- 3) Dalam penelitian analisis dengan multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 3 = 30$.
- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linear berganda yang terdiri dari 5 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil setelah ditingkatkan menjadi 10×6 variabel = 60 anggota sampel.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Identifikasi variabel

Menurut Sugiyono (2014:38) variabel penelitian merupakan suatu objek dalam penelitian yang secara langsung ditentukan oleh peneliti guna mendapatkan informasi-informasi yang kemudian ditentukan kesimpulan dari informasi yang telah didapatkan.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 6 (enam) variabel, yang terdiri dari 5 (lima) variabel independen yaitu Produk, Harga, Lokasi, Promosidan Kualitas Pelayanan, serta 1 (satu) variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung.

a. Variabel Independen

Variabel independen variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indoensia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2008:39). Variabel independen pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Produk (X1)

a. Harga (X2)

b. Lokasi (X3)

- c. Promosi (X4)
- d. Kualitas Pelayanan(X5)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau yang biasa disebut *variable output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2008:39). Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu Keputusan Berkunjung (Y).

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

a. Marketing Mix

Menurut Sofjan Assauri (2015:198) *Marketing mix* merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Terdapat 4P yang membentuk bauran pemasaran antar lain :

1) Produk

Sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan untuk memenuhi apa yang orang atau konsumen butuhkan.

Adapun indikator dari variabel produk menurut stanton (2006:222) meliputi :

- a. Kemasan
- b. Warna
- c. Harga
- d. Kualitas
- e. Merek

Berdasarkan indikator kualitas produk tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* sebagai berikut :

- a) Wisata air terjun Trapsewu yang ditawarkan oleh pihak pengelola dikemas secara menarik
- b) Air terjun Trapsewu memiliki berbagai macam tumbuhan yang berwarna
- c) Harga tiket masuk ke tempat wisata air terjun traosewu sangat terjangkau
- d) Air terjun Trapsewu memiliki kualitas air yang jernih
- e) Air terjun Trapsewu memiliki nama wisata yang menarik

2) Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut

Indikator dari variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kotler (2009:93) adalah :

- a. Kesesuaian harga dengan daya beli
- b. Kesesuaian dengan kualitas produk
- c. Adanya potongan harga yang menarik
- d. Adanya *cashback* jika produk mengalami kerusakan

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert*, sebagai berikut :

- a) Tarif tiket masuk wisata air terjun Trapsewu sesuai dengan kemampuan masyarakat

- b) Tarif yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan pihak pengelola
- c) Adanya potongan harga apabila lebih dari 5 pengunjung secara bersama-sama
- d) Adanya *Cashback* di wisata air terjun Trapsewu apabila pengunjung membawa teman lebih dari 5 orang

3) Tempat atau Lokasi

Merupakan tempat dimana perusahaan meletakkan atau menempatkan produk yang akan dijual atau ditawarkan.

Indikator berdasarkan pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2002:41-43) :

- a. Kemudahan akses untuk dijangkau dengan sarana transportasi
- b. Visibilitas yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Lokasi berada pada lalu lintas (*traffic*)
- d. Tempat parkir yang luas dan aman

Berdasarkan indikator tentang tempat atau lokasi tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* sebagai berikut :

- a) Akses yang saya tempuh untuk mencapai air terjun Trapsewu sangat mudah
 - b) Saya menemukan kenyamanan saat berada di air terjun Trapsewu bodang
 - c) Wisata air terjun Trapsewu terletak di daerah pedesaan
 - d) Wisata air terjun Trapsewu memiliki tempat parkir yang luas dan aman
- ### 4) Promosi

Suatu kegiatan atau yang dibuat untuk mengajak seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan jual beli. Adapun indikator yang digunakan untuk promosi ini merujuk pada tujuan promosi menurut Cannon, dkk (2008:70) sebagai berikut :

- a. Promosi secara keseluruhan bertujuan mempengaruhi perilaku konsumen
- b. Promosi bertujuan untuk menginformasikan dan mengedukasi konsumen
- c. Promosi bertujuan untuk merujuk konsumen
- d. Promosi bertujuan untuk mengingatkan konsumen

Berdasarkan indikator tentang promosi tersebut, dapat disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* sebagai berikut :

- a) Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola membuat saya mengambil keputusan untuk berkunjung wisata air terjun Trapsewu
- b) Semua fasilitas yang tersedia saya ketahui melalui promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola
- c) Promosi yang di lakukan oleh pihak pengelola wisata air terjun Trapsewu dapat membuat saya tertarik
- d) Promosi yang di lakukan oleh pihak pengelola wisata air terjun Trapsewu secara rutin membuat saya tetap ingat dengan pesona wisatanya

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Indikator dari variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini berdasarkan dimensi *servqual* diantaranya (Lupiyoadi, 2001:148) adalah :

- a. *Tangibles* (bukti fisik)
- b. *Reliability* (kehandalan)
- c. *Responsiveness* (ketanggapan)
- d. *Assurance* (asuransi dan jaminan)
- e. *Emphaty* (empati)

Berdasarkan indikator tentang tempat dan lokasi tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* sebagai berikut :

- a. Wisata air terjun Trapsewu memiliki fasilitas dan tampilan fisik yang menarik
- b. Pelayanan yang di berikan pihak pengelola wisata sangat cepat
- c. Pihak pengelola wisata siap siaga dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung
- d. Adanya asuransi dan jaminan bagi pengunjung wisatawan air terjun Trapsewu Bodang
- e. Pengunjung sangat mudah melakukan hubungsn, komunikasi dengan pengelola wisata

c. Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek yang ada didalam kumpulan pilihan. (Kotler dan Keller, 2008:240)

Adapun indikator dari keputusan pembelian ini merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen (Kotler, 2003:224) yaitu :

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Penilaian alternatif

- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku setelah pembelian

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban skala *likert* sebagai berikut :

- a) Saya memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata ini di karenakan ingin berwisata ke tempat yang alami
- b) Saya akan mencari informasi terkait wisata yang akan saya kunjungi sebelum saya memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut
- c) Saya akan membandingkan antara wisata air terjun satu dengan yang lain sebelum saya memutuskan untuk berwisata di air terjun Trapsewu bodang.
- d) Saya pasti melakukan kunjungan terhadap wisata air terjun Trapsewu
- e) Saya akan memberi penilaian terhadap kesan yang saya dapat di wisata air terjun Trapsewu bodang.

Secara terperinci variabel penelitian dan instrumennya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Produk	Kemasan	Wisata air terjun Trapsewu yang ditawarkan oleh pihak pengelola dikemas secara menarik	Ordinal	Sofjan Assauri (2015:198)
		Warna	Air terjun Trapsewu memiliki berbagai macam tumbuhan yang berwarna		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		Harga	Harga tiket masuk ke tempat wisata Trapsewu sangat terjangkau	Ordinal	Sofjan Assauri (2015:198)
		Kualitas	Air terjun Trapsewu memiliki air yang jernih		
		Merk	Air terjun Trapsewu memiliki nama yang menarik		
2.	Harga	Kesesuaian harga dengan daya beli	Tarif tiket masuk wisata air terjun Trapsewu sesuai dengan kemampuan masyarakat	Ordinal	Kotler (2009:93)
		Kesesuaian dengan kualitas produk	Tarif yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan dengan pihak pengelola		
		Adanya potongan harga yang menarik	Adanya potongan harga apabila lebih dari 5 pengunjung secara bersama-sama		
		Adanya <i>Cashback</i> jika produk mengalami kerusakan	Adanya <i>Cashback</i> di wisata air terjun Trapsewu apabila pengunjung membawa teman lebih dari 5 orang		
3.	Tempat/ Lokasi	Kemudahan akses untuk dijangkau dengan sarana transportasi	Akses yang ditempuh untuk mencapai air terjun Trapsewu sangat mudah	Ordinal	Tjiptono (2002:41-43)
		Visibilitas yang baik yaitu keberadaan	Saya menemukan kenyamanan saat berada di air terjun Trapsewu Bodang		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		lokasi yang dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan		Ordinal	Tjiptono (2002:41-43)
		Lokasi berada pada lalu lintas (<i>traffic</i>)	Wisata air terjun Trapsewu berada di daerah pedesaan		
		Tempat parkir yang luas	Wisata air terjun Trapsewu memiliki tempat parkir yang luas dan aman		
4.	Promosi	Promosi secara keseluruhan bertujuan mempengaruhi perilaku konsumen	Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola membuat saya mengambil keputusan untuk berkunjung ke wisata air terjun Trapsewu	Ordinal	Cannon, dkk (2008:70)
		Promosi bertujuan untuk menginformasikan dan mengedukasi konsumen	Semua fasilitas yang tersedia saya ketahui melalui promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola		
		Promosi bertujuan untuk mengingatkan konsumen	Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata air terjun trapsewu secara ritun membuat saya tetap ingat dengan pesona wisatanya		
5.	Kualitas pelayanan	<i>Tangibles</i>	Wisata air terjun Trapsewu memiliki fasilitas dan tampilan fisik yang menarik	Ordinal	Kotler (2002:83)
		<i>Reliability</i>	Pelayanan yang di berikan pihak pengelola		

wisata sangat cepat

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		<i>Responsiveness</i>	Pihak pengelola wisata siap siaga dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung	Ordinal	Kotler (2002:83)
		<i>Assurance</i>	Adanya asuransi dan jaminan bagi pengunjung wisatawan air terjun Trapsewu Bodang		
		<i>Emphaty</i>	Pengunjung sangat mudah melakukan hubungan, komunikasi dengan pengelola wisata		
6.	Keputusan pembelian	Pengenalan masalah	Saya memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata ini dikarenakan ingin berwisata ketempat yang alami	Ordinal	Kotler dan Keller (2008:240)
		Pencarian informasi	Saya akan mencari informasi terkait wisata yang akan saya kunjungi sebelum saya memutuskan untuk berkunjung ketempat wisata tersebut		
		Penilaian alternatif	Saya akan membandingkan antara wisata air terjun satu dengan yang lain sebelum saya memutuskan untuk berwisata di air terjun Trapsewu		
		Keputusan pembelian	Saya pasti akan melakukan kunjungan terhadap wisata air terjun Trapsewu		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		Perilaku setelah pembelian	Saya akan memberi penilaian terhadap kesan yang saya dapat di wisata air terjun Trapsewu bodang.	Ordinal	Kotler dan Keller (2008:240)

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Wawancara

Menurut Sugiyono (2008:137) wawancara diartikan 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 dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan wisatawan air terjun Trapsewu Bodang di Kabupaten Lumajang.

3.6.2 Observasi

Observasi adalah sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik, bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. (Sugiyono, 2008:145). Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang langsung ke tempat wisata air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang.

3.6.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau persyaratan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2008:142). Pengukuran data untuk variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosidan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung, dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3.3 Bentuk Skala Likert

No.	Ketentuan Pengisian	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:147) teknik analisis data diartikan sebagai seluruh kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan tersebut berupa pengelompokan data yang berasal dari data sebuah variabel dari seluruh responden yang kemudian dilakukan perhitungan untuk menjawab setiap rumusan masalah serta untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian hipotesis dapat dilanjutkan ketika pengujian validitas dan pengujian reabilitas pada kuesioner sudah dilakukan yaitu dengan mengevaluasi

data-data responden yang diperoleh karena kuesioner harus valid dan dapat dibuktikan kebenaran datanya.

a. Pengujian Validitas

Kuesioner yang sudah disebar dan akan diajukan perlu dilakukan uji validitas agar mengetahui terkait adanya kesalahan atau tidak untuk memperoleh informasi dari kuesioner tersebut. Syofian Siregar (2013:46) mengatakan validitas merupakan alat ukur untuk menentukan benar tidaknya apa yang akan diukur.

Pengujian pada kuesioner memiliki beberapa kriteria untuk mengukurnya yaitu :

- 1) Apabila koefisien korelasi berada pada *product moment* diatas 0,3 (Azwar, 1992 dalam Syofian Siregar, 2013)
- 2) Apabila koefisien korelasi pada *product moment* lebih besar dari r-tabel ($\alpha ; n-2$) = jumlah sampel
- 3) Nilai Sig. lebih kecil dari α

Rumus yang digunakan untuk uji validitas pada korelasi *product moment* yaitu:

$$r = \frac{n(\sum x) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

n : jumlah responden

x : skor variabel (jawaban responden)

y : skor total dari variabel (jawaban responden)

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sofyan Siregar (2013: 55) reabilitas merupakan suatu cara untuk mengukur dengan melakukan pengukuran dua kali atau pun lebih pada gejala yang sama dengan pengukuran yang sama agar diketahui hasil pengukuran

tersebut konsisten atau tidak. Pengujian reabilitas pada penelitian ini adalah menggunakan teknik pada aplikasi SPSS versi 16 menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini bertujuan untuk menentukan instrumen penelitian memiliki hasil yang reliabel atau tidak. Nugroho (2011: 33)menyebutkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien pada *Alpha Cronbach* yang dapat ditentukan dari indeks kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4 Indeks Kriteria Reliabilitas.

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

Sumber :Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Albert Kurniawan (2014) menyatakan uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik adalah normalitas data, multikolinearitas data, uji heteroskedastisitas.

a. Pengujian Normalitas Data

Husein Umar (2011:181) menyatakan uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel dependen, variabel independen atau pun keduanya memiliki distribusi normal, mendekati atau tidak berdistribusi sama sekali. Model regresi yang bagus adalah berdistribusi normal atau mendekati, hal tersebut dapat diketahui dengan adanya penggambaran penyebaran pada data di grafik. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonalnya maka dapat dikatakan regresi tersebut diasumsikan normal. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara seperti yang disebutkan oleh Singgih Santoso (2012:361) adalah sebagai berikut :

- 1) Pengukur bentuk, distribusi normal memiliki bentuk simetris pada nilai mean, median dan mengumpul disatu titik tengah.
- 2) Normalitas data dapat diukur dengan rumus *skweness*. Apabila *skweness* memiliki nilai positif sebaran yang dihasilkan menceng ke kiri, apabila *skweness* memiliki nilai negatif sebaran yang dihasilkan menceng ke kanan.

$$Z = \frac{Skweness}{\sqrt{6/N}}$$

- 3) Cara menilai yang selanjutnya adalah dengan membandingkan nilai yang ada pada Z tabel dengan Z hitung, apabila nilai Z hitung lebih kecil dapat dikatakan asumsi normalitasnya terpenuhi.
- 4) Normalitas dinilai dengan melihat pada *output* SPSS yaitu *normal probability plot*, Apabila nilai sebarannya letanya disekitar garis lurus maka normalitasnya terpenuhi.

b. Pengujian Multikolinieritas

Husein Umar (2011:177) menyatakan uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui model regresi ada hubungan antar variabel independen atau tidak. Apabila tidak ada korelasi inilah yang menjadi masalah pada multikolinieritas. Beberapa cara untuk mengatasi multikolinieritas adalah sebagai berikut :

- 1) Korelasi tinggi menunjukkan adanya kolinearitas, akan tetapi kolinearitas juga bisa terjadi saat korelasi rendah.
- 2) R^2 dalam keadaan tinggi akan tetapi r^2 parsialnya dalam keadaan rendah menunjukkan variabel bebas berkorelasi tinggi atau satu diantaranya berlebihan.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Husein Umar (2011:179) menyatakan uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ketidaksamaan varians residual pengamatan yang satu dengan yang lain pada model regresi. Pengamatan satu dengan yang lain memiliki varians residual tetap dinamakan *homoskedastistas*, apabila varians residualnya berbeda dinamakan *heteroskedastistas*. Model regresi yang bagus yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heteroskedastistas menurut Ghazali (2013:134) adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, titik-titik yang membentuk pola teratur dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Apabila pola yang ada tidak jelas dan penyebaran titik berada di atas atau dibawah angka 0 di sumbu Y maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2017:305) menyatakan analisis regresi linier berganda dilakukan oleh peneliti yang akan meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen dengan variabel independen yang lebih dari 1 (satu).

Agus Widarjono (2015: 11) menyebutkan rumus umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : variabel dependen

β_0 : konstanta

β_1 & X_1 : Koefisien regresi variabel independen

X_1 : Variabel independen 1

X_2 : Variabel independen 2

E : eror

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu budaya, pribadi dan sosial dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian serta untuk mengetahui hubungan yang terjadi.

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen yaitu Y .

a. Uji t (Uji Parsial)

Widarjono (2015:22) menyatakan bahwa uji t berfungsi untuk memberikan bukti terhadap variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol disebutkan dengan anggapan benar yang kemudian akan dibuktikan salah dengan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif disebutkan harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Langkah – langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Marketing Mix* yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisata air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

H_a : Terdapat pengaruh *Marketing Mix* yang signifikan terhadap Keputusan berkunjung (studi kasus pada wisata air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisata air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

H_a : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisata air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

2) Menentukan level signifikansi $\alpha=15\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila $-t \text{ tabel} > t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel.

b. Uji F

Widarjono (2015:19) menyatakan uji F berfungsi untuk melakukan evaluasi pada pengaruhnya variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*Analysis Of Variance* = ANOVA). Hipotesis ketiga adalah sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan yang simultan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisatawan air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

H_a : Terdapat pengaruh *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan yang simultan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisatawan air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang).

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

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

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

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Anwar Sanusi (2012:136) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) sama dengan koefisien majemuk yang hampir sama dengan r^2 . R serupa dengan r akan tetapi memiliki perbedaan fungsi (kecuali regresi linier sederhana) pada regresi linier berganda yaitu menggunakan nilai *R-Square*.

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah untuk mencari besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung (studi kasus pada wisatawan air terjun trap sewu Bodang di Kabupaten Lumajang)