

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).<sup>42</sup> Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.<sup>43</sup> Menurut Tanzeh pada bukunya, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.<sup>44</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variable dengan variable yang

---

<sup>42</sup> Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 11

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 12

<sup>44</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 99

lainnya.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x ( $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ ) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linier.

## **B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

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.<sup>46</sup> Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>47</sup> Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah

---

<sup>45</sup> Suryana, *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (Jakarta; Gema Insani, 2002), hlm. 65

<sup>46</sup> Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI (MIXED METHODS)*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm. 119

<sup>47</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 99

pengunjung atau wisatawan yang mengetahui dan pernah berkunjung di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah 39.796 pengunjung dalam periode 1 tahun.

## 2. Sampling

Menurut Sugiono dalam bukunya, teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>48</sup>

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan untuk sampel dalam pertimbangan tertentu. Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Pengunjung atau pernah berwisata di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar
- b. Telah berkunjung atau berwisata lebih dari satu kali

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hlm. 73

Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = *standar error* (5%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{39796}{1+39796(0,05)^2}$$

$$n = \frac{39796}{100,49} = 396,01$$

Dengan menggunakan rumus Slovin di dapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 396 responden, Namun atas pertimbangan peneliti, karena keterbatasan waktu dan biaya maka sampel yang digunakan menjadi 100 responden.

### 3. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi.<sup>49</sup> Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan subyek atau obyek penelitian yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hlm. 73

Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Berdasarkan sampling yang telah dilakukan peneliti sebagaimana di atas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagaimana di atas.

### C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber Data

Suharsimi Arikunto dalam Purwanto menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data adalah keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek. Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu. Data dapat dikelompokkan berdasarkan sumbernya. Menurut sumbernya data dapat dibagi menjadi dua yaitu:<sup>50</sup>

- a. Data *intern*, yaitu data yang dikumpulkan dari lembaga sendiri.
- b. Data *ekstern*, yaitu data yang dikumpulkan dari luar lembaga.

Data juga dapat dikelompokkan menurut cara pengumpulannya. Menurut cara pengumpulannya, data dapat dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 41

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm.45

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri secara langsung, Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuisioner kepada konsumen, pengunjung, atau wisatawan pada objek wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.
- b. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Dalam penelitian ini sumber data skunder diperoleh dari sejumlah buku-buku, brosur, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 2. Variabel

Menurut Hatch dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.<sup>52</sup> Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### a. Variabel Bebas Independen

- 1) Promosi (X1), promosi adalah komunikasi yang persuasif mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 38

<sup>53</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 95

- 2) Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>54</sup>
- 3) Harga (X3), merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan dari sebuah produk atau jasa. Adapun indikator pengukurannya adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

b. Variabel Dependen

- 1) Keputusan Berwisata (Y), adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh seorang konsumen ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Adapun indikator untuk mengukur keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tingkah laku pasca pembelian.

### 3. Skala Pengukuran

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.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 100

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 105

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>56</sup>

Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut :

- a. Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 5
- b. Jawaban S (Setuju) diberi skor 4
- c. Jawaban N (Netral) diberi skor 3
- d. Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi skor 2
- e. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari mahasiswa yang diambil sebagai sampel. Peneliti menggunakan kuisoner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah

---

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 107

disediakan, yang disusun dalam sebuah daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda *chek* (✓) pada kolom yang sesuai.

b. Dokumentasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang data jumlah konsumen.

## 2. Data Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.<sup>57</sup> Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket. Penelitian ini, penelitian yang menggunakan instrumen berupa kuisisioner dengan menggunakan *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relatif lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ...hal. 139.

<sup>58</sup> Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 65

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

| <b>Variabel Penelitian</b> | <b>Indikator</b>                                                                                                                                                                                                                     | <b>Referensi</b>                                                         |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Promosi                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (<i>Adverstising</i>)</li> <li>2. Promosi Penjualan</li> <li>3. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)</li> <li>4. Media Interaktif (<i>Interactive Media</i>)</li> </ol> | Promosi menurut Kotler dan Amstrong dalam Apri Budianto <sup>59</sup>    |
| Kualitas Pelayanan         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tangible (bukti fisik)</li> <li>2. Reliability (kehandalan)</li> <li>3. Responsiveness (Ketanggapan)</li> <li>4. Assurance (jaminan)</li> <li>5. Empathy</li> </ol>                        | Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani <sup>60</sup> |
| Harga                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>3. Perbandingan harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>                                    | Harga menurut Fandy Tjiptono <sup>61</sup>                               |
| Keputusan Berkunjung       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilihan produk</li> <li>2. Loyalitas merek</li> <li>3. Penyaluran dengan harga yang lebih murah</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Teknologi yang digunakan</li> </ol>              | Philip Kotler <sup>62</sup>                                              |

### E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan

<sup>59</sup> Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), Hal. 330

<sup>60</sup> Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 182.

<sup>61</sup> Eriyanto Prastyo Nugroho, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa UNNES Fakultas Ekonomi)*, Skripsi, (Semarang: Perpustakaan UNNES, 2011), hal. 18

<sup>62</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*, Terj. Benjamin Molan, Edisi Milenium Jilid 1, (Jakarta: PT Indeks, 2008), Hal. 204

data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.<sup>63</sup> Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

### 1. Uji validitas dan reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.<sup>64</sup> Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation, pearson correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.<sup>65</sup> Ketentuan validitas instrumen sah apabila hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel .

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 142

<sup>64</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm 144-145

<sup>65</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hlm. 95

data karena instrument tersebut sudah baik.<sup>66</sup> Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau yang mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,60. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>67</sup>

- 1) Nilai *Alpa Cronbach* 0,00 – 0.20 berarti kurang reliable
- 2) Nilai *Alpa Cronbach* 0,21 – 0.40 berarti agak reliable
- 3) Nilai *Alpa Cronbach* 0,41 – 0.60 berarti cukup reliable
- 4) Nilai *Alpa Cronbach* 0,61 – 0.80 berarti reliable
- 5) Nilai *Alpa Cronbach* 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi

---

<sup>66</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hlm.221

<sup>67</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hlm 97

normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik.<sup>68</sup>

Untuk mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Ketentuan pengujian ini adalah: jika probabilitas atau *Asymp Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant ( $\alpha$ )* maka data berdistribusi normal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Santoso dalam Sujianto, jika nilai *Sig. > 0,05* maka data berdistribusi normal.<sup>69</sup>

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas adalah hubungan adanya linier yang “sempurna” diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini guna mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian menggunakan tolerance and variance inflation factor (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas/ variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal.<sup>70</sup> Dalam uji multikolinieritas, antara variabel-

---

<sup>68</sup> Syofian Siregar, Fandy Hutari (ed.), *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Ed. 1, Cet. 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal.153

<sup>69</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya, 2009), hal.78

<sup>70</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110

variabel bebas dikatakan baik apabila variabel tersebut tidak memiliki suatu hubungan atau korelasi untuk memastikan bahwa hasil pengujian adalah valid.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 dan 3
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.<sup>71</sup>

### 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.<sup>72</sup> Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

---

<sup>71</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Tulungagung: Prestasi Pustaka Publisher, 2009) hal. 79

<sup>72</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal.56

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Berkunjung)

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien korelasi ganda

$X_1$  = Variabel Independen (Promosi)

$X_2$  = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

$X_3$  = Variabel Independen (Harga)

e = *error of term*

#### 4. Uji Hipotesis

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen. Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai Uji t-test

r = Nilai Koefisien *Product moment*

n-2 = jumlah sampel

-2 = menjadi baris dalam kolom

- 1)  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila t hitung < t tabel, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

- 2)  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
  - b. Distribusi  $t$  dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
  - c. Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
  - d. Apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.

- 1) Apabila  $F$  hitung lebih kecil dari  $F$  tabel maka keputusannya menerima hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya variabel promosi, kualitas pelayanan, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.
- 2) Apabila  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel maka keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_1$ ), artinya variabel promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.

## 5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.<sup>73</sup> Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrument sampai dengan analisis uji koefisien determinan maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *aplikasi* SPSS 23.0.

---

<sup>73</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm 83-85