

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.¹

Pendekatan kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode 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.² Filsafat positivisme memandang realitas atau fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Hubungan kausal (hubungan sebab akibat) adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat.³

¹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), hal. 18

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 11

³ Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Malurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, (Medan: Umsu Press, 2014), hal. 13

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode analisis kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁴ Variabel yang diteliti yaitu antara *city branding* dan *brand image* yang keberadaannya berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

B. Populasi, *Sampling* dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di Makam Bung Karno Blitar.

2. *Sampling* dan Sampel

Teknik *sampling* merupakan teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling insidental*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota

⁴ Ade Djohar Maturidi, *Metode Penelitian Teknik Informatika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 12

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfa Beta, 2002), hal. 57

populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶ *Sampling Insidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷ Pengambilan sampel disesuaikan dengan kebutuhan dengan tetap memperhatikan bahwa sampel tersebut dapat representatif, baik laki-laki maupun perempuan, tanpa membedakan daerah asal baik wisatawan asing maupun domestik. Pengambilan sampel dilakukan di lokasi objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Jika terdapat populasi dengan jumlah yang besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya dengan alasan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Peneliti menggunakan rumus perhitungan Slovin untuk mengetahui sampel yang representatif. Rumus Slovin:⁹

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

Keterangan:

n = Besarnya ukuran sampel

N = Besarnya populasi

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ...*, hal. 125

⁷ *Ibid.*, hal. 126

⁸ *Ibid.*, hal. 120

⁹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal.

e = Tingkat kesalahan yang ingin diambil sebesar 10%

Wisatawan yang berkunjung di Makam Bung Karno tidak menentu pada setiap harinya, maka untuk menentukan jumlah populasi, peneliti mengambil data dari rata-rata jumlah pengunjung per hari di Makam Bung Karno Blitar. Besarnya populasi (N) adalah 2.198 orang, sedangkan persen kelonggaran ketidaktelitian karena penarikan sampel (e) yang dipakai adalah 10%. Sehingga diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{2198}{1 + 2198(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2198}{1 + 21,98}$$

$$n = \frac{2198}{22,98}$$

$$n = 95,64$$

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang dapat diteliti adalah 95,64 orang dari 2.198 anggota populasi yang dibulatkan menjadi 96 wisatawan.

Menurut Rescoe dalam Sugiyono, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.¹⁰ Berdasarkan pada pendapat Slovin dan Rescoe, dapat disimpulkan bahwa 96 sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dianggap sudah representatif.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ...*, hal. 133

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dimana data diperoleh. Sumber data terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder.¹¹

- a. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan pada penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner atau dengan memberikan daftar pertanyaan kepada wisatawan Makam Bung Karno Blitar sebagai subyek penelitian terpilih.
- b. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet *websites*, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data sekunder, dan lain-lain.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian hasilnya dapat ditarik

¹¹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis ...*, hal. 168

kesimpulan. Menurut Hatch dan Farhady dalam Darmawan, secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.¹² 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.¹³

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.¹⁴

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *city branding* (X₁) dan *brand image* (X₂) serta terdapat satu variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (Y). Keputusan berkunjung wisatawan menjadi tolak ukur dari adanya *city branding* dan *brand image* sedangkan *city branding* dan *brand image* sebagai pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

¹² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 108

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ...*, hal. 63

¹⁴ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis ...*, hal. 54

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.¹⁵ Cara membuat urutan data kualitatif menjadi kuantitatif, peneliti menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁶ Jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada alternatif jawaban.

Berikut ini adalah pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

Tabel 3.1
Pengukuran Indikator Variabel

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengaruh *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung di Makam

¹⁵ M. Muchson, *Metode Riset Akuntansi ...*, hal. 109

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi ...*, hal. 136

Bung Karno Blitar, maka peneliti menggunakan metode penyebaran angket dan dokumentasi.

1. Metode angket

Angket adalah suatu daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pilihan jawaban mengenai variabel penelitian atau objek yang diteliti.¹⁷ Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Keunggulan dari teknik pengumpulan data menggunakan metode angket tertutup adalah mudah dijawab, tidak membutuhkan banyak waktu untuk menjawabnya, tidak membebani responden terlalu berat, mudah dianalisis dan tidak akan terjadi jawaban yang menyimpang.¹⁸

2. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial.¹⁹ Cara untuk menggunakan metode dokumentasi, peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku dan dokumen tentang gambaran umum perusahaan, seperti sejarah didirikannya wisata Makam Bung Karno Blitar.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Alat yang digunakan oleh peneliti untuk

¹⁷ M. Muchson, *Metode Riset Akuntansi ...*, hal. 105

¹⁸ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif ...*, hal. 162

¹⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 129

mengumpulkan data yang dibutuhkan adalah angket. Angket adalah suatu daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pilihan jawaban mengenai variabel penelitian atau objek yang diteliti.²⁰ Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti dalam kuesioner berdasarkan indikator-indikator yang merupakan definisi operasional dari suatu variabel penelitian.

Peneliti perlu menggunakan kisi-kisi instrumen penelitian untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item	No. Item
<i>City Branding</i> (X ₁)	a. Keakraban	Saya mengenal kota Blitar sebagai Bumi Proklamator	1
		Kota Blitar dikenal dengan adanya Makam Bung Karno	2
	b. Potensi	Blitar merupakan lokasi yang bagus untuk membuka usaha	3
		Blitar merupakan tempat yang baik untuk saya atau anggota keluarga untuk mendapat pendidikan yang lebih tinggi	4
	c. Tempat	Kota Blitar menarik untuk menjadi tujuan wisata	5
		Tata kota Blitar semakin indah	6
	d. Orang	Penduduk Blitar bersifat ramah	7
		Saya merasa cukup aman ketika berada di kota Blitar	8
	e. Daya Tarik	Pada umumnya masyarakat Blitar memiliki gaya hidup sederhana	9
		Kota Blitar menarik sebagai tempat untuk menetap dalam jangka panjang	10

...dilanjutkan

²⁰ M. Muchson, *Metode Riset Akuntansi*, (Jakarta: Spasi Media, 2017), hal. 105

Lanjutan...

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item	No. Item
<i>City Branding</i> (X ₁)	f. Prasyarat	Saya suka jika tinggal di kota Blitar karena mudah untuk menemukan kebutuhan pokok	11
		Mudah menemukan pelayanan kesehatan di Blitar	12
<i>Brand Image</i> (X ₂)	a. Kekuatan	Blitar memiliki banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi sesuai dengan <i>tagline</i> “ <i>Amazing Blitar</i> ”	13
		<i>Tagline</i> “ <i>Amazing Blitar</i> ” dapat mencerminkan ciri khas kota sesuai dengan potensi yang dimiliki	14
	b. Dukungan	<i>Branding</i> kota Blitar mencerminkan suasana yang nyaman dan menyenangkan	15
		Saya menyukai <i>branding</i> “ <i>Amazing Blitar</i> ” karena sesuai dengan citra kota yang memiliki banyak potensi dari pariwisatanya	16
	c. Keunikan	Saya menyukai logo “ <i>Amazing Blitar</i> ” karena sesuai dengan karakter kota Blitar dan membedakan dengan kota lain	17
		Saya menyukai <i>tagline</i> “ <i>Amazing Blitar</i> ” karena mudah diingat dan diucapkan	18
Keputusan Berkunjung (Y)	a. Pengenalan kebutuhan	Saya mempertimbangkan tempat wisata apa yang ada di Kota Blitar sebelum saya berkunjung	19
		Saya membutuhkan jasa pariwisata objek wisata Makam Bung Karno untuk mengisi waktu libur	20
	b. Pencarian informasi	Saya mengetahui objek wisata Makam Bung Karno setelah melihat publikasi di internet	21

...dilanjutkan

Lanjutan...

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item	No. Item
Keputusan Berkunjung (Y)		Saya mengetahui objek wisata Makam Bung Karno dari teman	22
	c. Evaluasi alternatif	Saya memilih berkunjung di objek wisata Makam Bung Karno setelah mengetahui kelebihan dari objek wisata tersebut dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di kota Blitar	23
		Objek wisata Makam Bung Karno memiliki variasi wisata edukasi dan sejarah yang lengkap dibandingkan dengan wisata lain yang ada di kota Blitar	24
	d. Pembelian	Saya merasa yakin berkunjung ke objek wisata Makam Bung Karno sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata	25
		Objek wisata Makam Bung Karno merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan saya	26
	e. Perilaku pasca pembelian	Saya merasa senang dan berencana melakukan kunjungan ulang ke objek wisata Makam Bung Karno Blitar	27
		Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada saudara, teman-teman dan orang lain untuk berkunjung di Makam Bung Karno Blitar	28

E. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap

variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²¹

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Suatu instrumen adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi dan sebaliknya.²² Uji validitas ini digunakan untuk menguji kevalidan instrumen penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Metode yang digunakan yaitu dengan korelasi produk momen. Jika nilai *corrected item-total correlation* $> 0,3$, maka seluruh item menunjukkan valid.²³

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen.²⁴ Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Dalam bukunya, Sujianto

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, hal. 199

²² Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks Permata Puri Media, 2009), hal. 108

²³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pusaka, 2009), hal. 96

²⁴ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal. 298

mengemukakan bahwa reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Pengukuran dilakukan dengan uji reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Menurut Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:²⁵

- 1) Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk di analisis dengan menggunakan statistik parametrik atau statistik non parametrik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak.²⁶ Uji normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *P-Plots*.

²⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0 ...*, hal. 97

²⁶ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik ...*, hal. 278

Kriteria pengambilan keputusan dengan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:²⁷

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model saling berkorelasi linier, biasanya korelasinya mendekati sempurna atau (koefisiennya tinggi atau bahkan satu).²⁸ Jika diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.²⁹

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*, namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi

²⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0 ...*, hal. 83

²⁸ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik ...*, hal. 110

²⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0 ...*, hal. 79

yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah:³⁰

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat yang dipengaruhi oleh dua variabel bebas. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:³¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Keterangan:

- Y = variabel terikat
- X_1, X_2, \dots, X_k = variabel bebas
- a = bilangan konstanta
- b_1, b_2, b_k = koefisien variabel

4. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan melakukan uji statistik yang didukung oleh uji elektrometrika sebagai berikut:

³⁰ *Ibid.*

³¹ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 131

a. Uji T (*T-test*)

Uji ini membuktikan apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel (X) dan variabel (Y).³² Uji ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi apakah pengaruh variabel *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar. Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel *city branding* dan *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel *city branding* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

b. Uji F (*F-test*)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung. Kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

- 1) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung.
- 2) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *city branding* dan *brand image* terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara simultan.

³² Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal. 228

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.³³ Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (*city branding* dan *brand image*) dapat menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan berkunjung di Makam Bung Karno Blitar) amat terbatas, namun jika nilai yang dihasilkan mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel Y.

Untuk melakukan uji koefisien determinasi, menggunakan rumus:

$$R^2 = r^2 \times 100 \%$$

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Alat yang digunakan untuk menganalisis data penelitian mulai dari uji validitas dan reliabilitas sampai dengan uji koefisien determinasi, peneliti menggunakan *software* pengolah data dengan SPSS 16.0.

³³ Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal ...*, hal. 168