

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Priyono (2008) menyatakan metodologi penelitian adalah melaksanakan sesuatu dengan memanfaatkan pikiran dengan cara bersama guna memperoleh suatu tujuan.

Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang dipakai untuk penelitian ini. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa metode deskriptif ialah suatu metode memberikan gambaran tentang objek penelitian melalui data atau sampel yang dikumpulkan, namun tidak digunakan untuk menarik kesimpulan.

Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif menegaskan analisis pada data yang bersifat angka dan kemudian akan dilakukan analisis dengan menggunakan metode statistik yang tepat. Penelitian kuantitatif pada umumnya dimanfaatkan dalam penelitian inferensial untuk pengujian hipotesis. Pemakaian angka banyak dituntut dalam penelitian kuantitatif, dari awal data dikumpulkan, data tersebut ditafsirkan serta hasil yang disajikan. Hasil tersebut disajikan dalam berbagai bentuk tabel, grafik, gambar maupun tampilan lainnya yang dapat mewakili (representatif) untuk menaikkan serapan pembaca serta informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah. Penelitian kuantitatif dalam skala kecil dapat

dipahami sebagai studi dengan banyak memakai angka, sejak awal proses data dikumpulkan, data dianalisis serta data ditampilkan (Siyoto & Sodik, 2015).

Metode kuantitatif sering dianggap juga sebagai metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific* dan metode *discovery*. Penyebab metode kuantitatif dianggap sebagai metode tradisional karena pemakaiannya telah lumayan lama dan sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode kuantitatif dikatakan sebagai metode positivistik karena didasarkan pada filosofi positivis.

Metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah lantaran di dalamnya sudah mencukupi semua prinsip ilmiah yaitu konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional serta sistematis. Prinsip ilmiah ini cocok dengan perincian yang terdapat pada studi kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang dimanfaatkan dalam studi umumnya dilaksanakan dengan sejumlah sampel yang telah ditetapkan bersumber pada populasi yang telah ada. Rumus tertentu digunakan untuk menghitung jumlah sampel. Penentuan rumus yang hendak dipakai, lalu dicocokkan dengan jenis studi serta keseragaman populasi (Priyono, 2008).

B. Objek Penelitian

Obyek penelitian merupakan suatu sasaran ilmiah yang dimanfaatkan untuk mendapatkan data yang obyektif, valid, dan reliabel dengan variabel tertentu (Sugiyono, 2017). Obyek dari penelitian ini adalah wisatawan *World of Wonders Theme Park* Citra Raya Kabupaten Tangerang pada bulan Desember 2020 sampai dengan Juni 2021. *World of Wonders Theme Park* Citra Raya Kabupaten Tangerang terletak di Perumahan Citra Raya Jalan Ecopolis Boulevard, Mekar

Bakti, Kec. Cikupa, Tangerang, Banten yang memiliki fasilitas umum yang tersedia seperti area parkir yang cukup luas, *food court*, *outbound field* dan *gathering place*, dan *souvenir shop*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono dalam Siyoto dan Sodik (2015) populasi ialah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang kuantitas dan karakteristik telah ditentukan oleh peneliti guna ditelaah dan menarik kesimpulan. Populasi penelitian ini yaitu wisatawan yang datang mengunjungi *World of Wonders Theme Park* Citra Raya Kabupaten Tangerang pada bulan desember 2020 sampai dengan Juni 2021.

2. Sampel

Menurut Arikunto dalam Siyoto dan Sodik (2015) sampel ialah bagian dari populasi atau mewakili populasi yang ditelaah. Apabila hendak meneliti separuh dari populasi, oleh sebab itu peneliti nya disebut dengan penelitian sampel.

Sampel penelitian merupakan sebagian dari jumlah populasi yang diperoleh dengan analisa tertentu. Sampel harus menggambarkan kondisi populasi, artinya bahwa populasi merupakan hasil yang diperoleh dari sampel.

Teknik sampel merupakan metode untuk mengamati karakteristik dan

sebaran populasi sehingga didapatkan sampel yang mewakili (Murgono, 2004). Metode pengambilan sampel secara umum dapat dibagi menjadi dua metode: *non-probability sampling* serta *probability sampling*.

Probability sampling yaitu metode pengambilan sampel yang diberikan dengan peluang yang sama (Siyoto dan Sodik, 2015).

Sedangkan *non probability sampling* ialah metode pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Teknik *non probability sampling* digunakan dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel secara acak bisa dilaksanakan dengan mudah dalam waktu yang sangat cepat.

Penelitian ini memanfaatkan teknik *Accidental Sampling* untuk pengambilan sampel. Teknik *Accidental Sampling* ialah metode pengambilan sampel yang bersumber pada kebetulan, apabila peneliti yang secara tidak sengaja bertemu dengan konsumen yang sesuai dengan sumber data maka bisa dimanfaatkan sebagai sampel (Sugiono, 2009).

Penentuan sampel dari populasi yang tidak diketahui, dapat memakai perhitungan atau rujukan yang telah para ahli kembangkan. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel (Riduwan& Akdon, 2010), yaitu:

$$n = \frac{Za^2 x P x Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

$Q = 1 - P$

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,01)^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Maka, berdasarkan perhitungan di atas, jumlah minimal sampel yang diperlukan adalah 96 sampel, dan peneliti membulatkan menjadi 100 sampel.

Kriteria primer seseorang yang terpilih menjadi anggota dari sampel ialah yang ditemukan secara tidak sengaja atau tidak sukar ditemukan atau dicapai tanpa terdapat pertimbangan apapun (Silalahi, 2015). Penggunaan kriteria sampel di studi ini adalah wisatawan yang telah atau sedang datang ke *World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang*.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa teknik dalam mengumpulkan data seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2010) dalam mengumpulkan berbagai data terdiri dari berbagai cara. Teknik pengumpulan data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah Penyebaran Kuesioner. Riyadi (2015) menyebutkan penyebaran kuesioner (angket) adalah suatu cara dalam memperoleh data dengan cara mendistribusikan angket yang terdiri dari beberapa pertanyaan tertulis untuk mendapatkan opini atau pendapat dan fakta dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner akan berfungsi untuk mencari data primer. Kuesioner akan diberikan kepada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke *World of Wonders Theme Park* Citra Raya Kabupaten Tangerang serta diserahkan melalui media digital yaitu google form.

Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan menyerahkan seerangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk ditanggapi. Penggunaan kuesioner akan sesuai jika jumlah responden lumayan besar serta terpencar di daerah yang luas, kuesioner bisa terdiri dari beberapa pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka, bisa diserahkan secara langsung atau melalui pos dan internet (Sugiyono, 2017).

2. Alat Pengumpulan Data

Adapun alat kumpul data yang dipakai dalam penelitian ini ialah kuesioner. Sugiyono (2018) mengatakan kuesioner ialah metode dalam mengumpulkan data yang digunakan jika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur serta memahami keinginan responden. Kuesioner bisa berbentuk seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang akan diserahkan kepada responden untuk dijawab.

Dalam menganalisis data yang didapat dari hasil kuesioner, teknik yang akan digunakan adalah teknik likert. Teknik likert merupakan salah satu teknik pencarian data yang dibuat pada tahun 1931 oleh Dr. Rensis Likert, seorang sosiologis dari Universitas Michigan. Dalam teknik ini, responden akan diminta untuk memberikan respon individunya terhadap satu kondisi tertentu melalui lima buah tingkat persetujuan (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju). Setiap jawaban akan memiliki poinnya masing-masing dan peneliti akan mendapatkan hasil dari respon individu dengan menjumlahkan poin-poin tersebut sesuai jumlah pertanyaan yang ditanyakan.

Harry N. Boorne (2012) menyatakan terdapat dua jenis pertanyaan dalam penggunaan teknik likert. Jenis pertama merupakan pertanyaan yang disebut sebagai likert-type dimana pertanyaan yang ditanyakan tidak saling berhubungan dan peneliti tidak harus menggabungkan hasil yang didapat

kedalam sebuah skala. Jenis kedua adalah pertanyaan likert-scale yaitu gabungan dari beberapa pertanyaan likert-type yang dikombinasikan sehingga pada akhirnya membentuk satu variabel/nilai kesatuan. Umumnya, teknik likert-scale ini digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan nilai gabungan dari sebuah karakter tertentu. Kedua jenis pertanyaan ini memiliki cara analisis statistiknya masing-masing dan data disesuaikan dengan jenis penelitian yang dilakukan.

Selain itu, menentukan nilai tengah dari pertanyaan sangat penting dilakukan untuk menghindari kemungkinan bias jawaban individu. Hal ini disebabkan jawaban awal (individu) dari *likert-type/scale* dilihat secara konteks namun hasil akhir populasi haruslah menjurus kepada satu kesimpulan tertentu.

Pada penelitian ini kuesioner digunakan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada wisatawan yang mengunjungi *World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang*.

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah tingkat kesesuaian antara data yang dihasilkan dalam obyek studi dengan data yang bisa peneliti laporkan. Jadi, data yang

valid ialah data “tidak ada bedanya” antara data yang diberikan peneliti dengan data sebenarnya dihasilkan oleh obyek penelitian (Sugiyono, 2014).

Tujuan uji validitas ialah untuk memperoleh suatu alat yang mampu mengukur objek yang akan diukur. Uji validitas ini dilaksanakan kepada 30 orang yang sudah berkunjung ke *World of Wonders Theme Park* Citra Raya Kabupaten Tangerang. Uji validitas dilaksanakan dengan memanfaatkan teknik korelasi item-total *Product Moment* (Pearson). Uji validitas dalam penelitian ini memakai perangkat lunak SPSS. Item dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Penghitungan *Product MAoment* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x_2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y_2 - (\sum xy)^2\}}}$$

Keterangan:

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N = jumlah sampel

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS

VARIABEL BAURAN PROMOSI				
NO. ITEM	INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
6	Daya tarik iklan <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang melalui program televisi	0,485*	0,361	<i>VALID</i>
7	Daya tarik Informasi brosur <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang	0,754*	0,361	<i>VALID</i>
8	Kemudahan dalam memahami isi brosur <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang	0,390**	0,361	<i>VALID</i>
9	Isi konten dari baliho, spanduk, poster <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang menarik	0,555*	0,361	<i>VALID</i>
10	Kemudahan dalam memahami isi dari baliho, spanduk, poster <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang	0,377*	0,361	<i>VALID</i>
11	Daya tarik Postingan media sosial instagram (@worldofwonders_)	0,758**	0,361	<i>VALID</i>
12	Tingkat promosi di media sosial instagram (@worldofwonders_)	0,424*	0,361	<i>VALID</i>
13	Daya tarik promosi diskon yang diberikan kepada pelanggan	0,707**	0,361	<i>VALID</i>
14	Daya tarik promosi harga yang diberikan kepada pelanggan	0,837**	0,361	<i>VALID</i>
15	Daya tarik perlombaan mengenai <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang di media sosial	0,847**	0,361	<i>VALID</i>
16	Daya tarik Pemberian hadiah sesuai dengan kenyataan	0,558**	0,361	<i>VALID</i>
17	Berita di media massa atau surat kabar mengenai <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang baik	0,607*	0,361	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(LANJUTAN)

VARIABEL BAURAN PROMOSI				
NO. ITEM	INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
18	Informasi <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang di media massa atau surat kabar layak di publikasikan	0,832**	0,361	<i>VALID</i>
19	Tingkat publikasi berita mengenai <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang di internet	0,754**	0,361	<i>VALID</i>
20	Daya tarik Produk wisata yang ditawarkan <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang	0,459*	0,361	<i>VALID</i>
21	Penguasaan informasi produk wisata <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang kepada pelanggan baik	0,688**	0,361	<i>VALID</i>
22	Cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	0,794**	0,361	<i>VALID</i>
23	Keramahan dalam menangani keluhan pelanggan	0,670**	0,361	<i>VALID</i>
24	Kemenarikan produk wisata	0,376*	0,361	<i>VALID</i>
25	Kejelasan informasi produk wisata <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang yang ditawarkan	0,832**	0,361	<i>VALID</i>
26	Komunikatif dalam menyampaikan informasi produk wisata <i>World of Wonders Theme Park</i> Citra Raya Kabupaten Tangerang	0,430*	0,361	<i>VALID</i>
27	Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi wisatawan	0,639**	0,361	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS
(LANJUTAN)

VARIABEL KEPUTUSAN BERKUNJUNG				
NO. ITEM	INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
28	Beragam atraksi wisata dapat mempengaruhi wisatawan	0,867**	0,361	<i>VALID</i>
29	Kesesuaian brand dengan produk wisata	0,620**	0,361	<i>VALID</i>
30	Pembelian tiket melalui tiket online	0,672**	0,361	<i>VALID</i>
32	Pembelian tiket melalui loket tiket	0,393*	0,361	<i>VALID</i>
32	Keinginan untuk berkunjung kembali	0,511**	0,361	<i>VALID</i>
33	Seringnya pelanggan mengunjungi <i>World of Wonders Theme Park</i>	0,829	0,361	<i>VALID</i>
34	<i>Weekend</i> atau hari libur seperti sabtu minggu mempengaruhi Kunjungan	0,753**	0,361	<i>VALID</i>
35	<i>Weekday</i> atau hari senin sampai jumat mempengaruhi kunjungan	0,697**	0,361	<i>VALID</i>
36	Metode pembayaran cashless seperti debit, kredit dan QR mempengaruhi kunjungan	0,849**	0,361	<i>VALID</i>
37	Metode pembayaran offline di loket tiket mempengaruhi Kunjungan	0,724**	0,361	<i>VALID</i>
38	Tingkat kemudahan dalam membayar mempengaruhi kunjungan	0,782**	0,361	<i>VALID</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pernyataan pada variabel bauran promosi untuk no item 6 sampai no item 26 dan pernyataan pada variabel keputusan berkunjung untuk no item 27 sampai no item 38 dinyatakan valid dikarenakan r hitung $>$ r tabel. Output hasil pengujian validitas kedua variabel tersebut dapat dilihat pada lampiran 1.

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2014) menyatakan reliabilitas adalah instrumen yang menghasilkan data yang sama apabila dimanfaatkan berkali-kali guna mengukur obyek yang sama.

Pengujian reliabilitas instrument pengumpul data penelitian dimaksudkan untuk melihat konsistensi internal instrument yang digunakan. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Instrumen dikatakan handal atau reliable jika memiliki koefisien reliabilitas atau alpha sebesar 0.6 atau lebih.

Rumus alpha cronbach

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = varians total.

Hasil pengujian reliabilitas dari kedua variabel ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

TABEL 3
HASIL UJI RELIABILITAS

VARIABEL	RELIABILITAS
Bauran Promosi (X)	.754
Keputusan Berkunjung (Y)	.766

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kedua instrumen, yaitu instrumen yang mengungkapkan bauran promosi (X) dan keputusan berkunjung (Y) dapat dikatakan termasuk handal, karena memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.6. output hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada lampiran 2. Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dilakukan maka instrumen penelitian siap digunakan untuk mengumpulkan data tentang Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Di *World of Wonders Theme Park* Citra Raya Kabupaten Tangerang. Instrumen penelitian dapat dilihat pada lampiran 2.

E. Matriks dan Definisi Operasional Variabel

Berikut adalah Matriks Operasional Variabel penelitian ini:

TABEL 4
MATRIKS VARIABEL OPERASIONAL

Variabel	DIMENSI	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	No item
Bauran Promosi	Periklanan	Percetak (<i>print</i>)	Daya tarik Informasi brosur <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i>	7
			Kemudahan dalam memahami isi brosur <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i>	8
		<i>Outdoor</i>	Isi konten dari baliho, spanduk, poster <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i> menarik	9
			Kemudahan dalam memahami isi dari baliho, spanduk, poster <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i>	10
		<i>Online</i>	Daya tarik Postingan media sosial instagram (@worldofwonders_id)	11
			Tingkat promosi di media sosial instagram (@worldofwonders_id)	12
	promosi penjualan	Promosi konsumen	Daya tarik promosi diskon yang diberikan kepada pelanggan	13
			Daya tarik promosi harga yang diberikan kepada pelanggan	14
		<i>Sale force promotion</i>	Daya tarik perlombaan mengenai <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i> di media sosial	15
	Daya tarik Pemberian hadiah sesuai dengan kenyataan		16	
	Hubungan masyarakat	Publikasi	Kualitas berita di media massa atau surat kabar mengenai Citra Raya Kabupaten Tangerang baik	17
			Kelayakan informasi <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i> di media massa atau surat kabar	18
		<i>News</i>	Tingkat publikasi berita mengenai <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i> di internet	19

TABEL 4
MATRIKS VARIABEL OPERASIONAL
(lanjutan)

	Penjualan Pribadi	<i>Presentation and demonstration</i>	Daya Tarik produk wisata yang ditawarkan <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i>	20
			Penguasaan informasi produk wisata <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i> kepada pelanggan baik	21
		<i>Handling object</i>	Cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	22
			Keramahan dalam menangani keluhan pelanggan	23
		<i>Closing</i>	Kemenarikan produk wisata	24
			Kejelasan informasi produk wisata <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i> yang ditawarkan	25
		<i>Follow up</i>	Komunikatif dalam menyampaikan informasi produk wisata <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i>	26
keputusan berkunjung		Produk	Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi wisatawan	27
			Beragam atraksi wisata dapat mempengaruhi wisatawan	28
		Merek	Kesesuaian brand dengan produk wisata	29
		Saluran distribusi	Pembelian tiket melalui tiket online	30
			Pembelian tiket melalui loket tiket	31
		Jumlah pembelian	Keinginan untuk berkunjung kembali	32
			Seringnya pelanggan mengunjungi <i>World of Wonders Theme Park Citra Raya Kabupaten Tangerang</i>	33
		Waktu pembelian	<i>Weekend</i> atau hari libur seperti sabtu minggu mempengaruhi Kunjungan	34
			<i>Weekday</i> atau hari senin sampai jumat mempengaruhi kunjungan	35
		Metode pembayaran	Metode pembayaran cashless seperti debit, kredit dan QR mempengaruhi kunjungan	36
			Metode pembayaran offline di loket tiket mempengaruhi Kunjungan	37
			Tingkat kemudahan dalam membayar mempengaruhi kunjungan	38

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan menggunakan statistik deskriptif dengan analisis multivariat regresi berganda. Menurut Ghozali (2016) memberikan deskripsi suatu data menjadi suatu informasi yang jelas dan mudah untuk dipahami.

2. Analisis Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terlebih dahulu dilaksanakan sebelum melaksanakan analisis regresi berganda. Pengujian ini dilaksanakan guna memastikan bahwa kesamaan regresi yang didapat tepat dan tidak bias.

a) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal atau tidak normal dalam model regresi. Jika suatu variabel tidak berdistribusi normal, maka hasil uji statistik akan turun. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov One Sample, dengan ketentuan jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika hasil uji Kolmogorov Smirnov One Sample menghasilkan nilai signifikan di bawah 5% atau 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal (Ghozali 2016).

b) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji apakah model regresi muncul Varians dari residual satu pengamatan ke varians lainnya. dalam

hal Varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain masih ada, yang disebut Homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang berbeda aturan (bergelombang, melebar, lalu menyempit) menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, dan titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada Heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

c) Uji multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinieritas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan variabel bebas atau korelasi antar variabel bebas. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel dalam sampel. Artinya standar errornya besar, sehingga pada saat pengujian koefisien, t-hitung akan lebih kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan linier antara variabel bebas yang dipengaruhi oleh variabel terikat.

Pengujian dilakukan dengan melihat toleransi dan nilai Faktor inflasi varians (VIF). Jika nilai dari tidak memiliki multikolinieritas Toleransi > 0.10 dan nilai VIF < 10. Oleh karena itu, jika nilai toleransi < 0.10 dan VIF > 10 Berarti adanya multikolinieritas (Ghozali, 2016).

3. Uji Hipotesis

a) Uji Pengaruh Simultan (F)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $\alpha = 5\%$ maka hipotesis diterima.

b) Uji Parsial (t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $\alpha = 5\%$ maka hipotesis diterima.

4. Analisis Regresi berganda

Analisis regresi berganda diambil jika peneliti memiliki satu variabel dependen yang dianggap sebagai fungsi dari dua atau lebih variabel independen. Tujuan dari analisis ini untuk membuat prediksi akan variabel dependen berdasarkan kovariansnya dengan semua variabel independen yang bersangkutan (Kothari dalam Silalahi, 2015).

Dillon & Goldstein dalam Silalahi (2015) menyatakan analisis multivariat dapat secara sederhana didefinisikan sebagai penerapan metode yang berhubungan dengan jumlah pengukuran yang cukup besar (yaitu variabel) yang dibuat pada setiap obyek dalam satu atau lebih sampel secara bersamaan. Dalam definisi ini, poin pentingnya adalah

bahwa analisis multivariat berkaitan dengan hubungan simultan antara variabel.

Babbie dalam Silalahi (2015) mendefinisikan analisis multivariat sebagai analisis hubungan simultan antara beberapa variabel. Silalahi (2015) menyatakan jika ada dua atau lebih variabel dependen atau independent atau keduanya dipertimbangkan dalam satu analisis tunggal, peneliti memiliki satu analisis multivariat, disebut analisis multivariat karena ada tiga atau lebih (multi) variabel.

Silalahi (2015) menyebutkan teknik statistik multivariat digunakan untuk menganalisis hubungan dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen; atau lebih dari dua variabel independen terhadap lebih dari dua variabel dependen.

Silalahi (2015) menyatakan tujuan analisis regresi ganda adalah memanfaatkan beberapa variabel bebas yang nilainya telah ditemukan untuk memperkirakan nilai variabel terikat tunggal yang dipilih oleh peneliti. Perkiraan penelitian sering memperoleh satu persamaan perkiraan dan sebab itu dipakai persamaan regresi berganda. Kekuatan prediksi ganda dapat diketahui melalui persamaan:

$$Y' = A + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots B_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen yang diprediksi

A = Konstan

B = Koefisien regresi distandarisasi

X = Nilai dari variabel prediktor

Regresi linear berganda menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel yaitu Bauran Promosi sebagai variabel bebas (independen) dan Keputusan Berkunjung sebagai variabel terikat (dependen) yang diprediksi.

Didalam analisis regresi berganda terdapat uji F yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama – sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Selanjutnya terdapat pengujian variabel independen secara parsial atau secara individual (uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen.

G. Jadwal Penelitian

**TABEL 5
JADWAL PENELITIAN**

No.	Kegiatan	2020				2021						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Pembuatan TOR & Turnitin											
2	Pengajuan TOR											
3	Pembuatan Proposal Penelitian											
4	Seminar Usulan Penelitian											
5	Revisi Proposal											
6	Pengumpulan Data											
7	Penyusunan Skripsi											
8	Pengumpulan Skripsi											
9	Sidang Skripsi											