

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kausal dengan pendekatan kuantitatif. Kausal merupakan sebuah metode penelitian yang mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, dan menunjukkan arah hubungan antara variabel satu variabel dengan variabel lainnya (Kuncoro, 2007). Dapat dikatakan bahwa kausalitas berkaitan dengan permasalahan sebab-akibat. Oleh karena itu, penelitian ini memuat dua variabel yaitu variabel yang memiliki pengaruh (variabel independen) dan variabel yang mendapat pengaruh (variabel dependen). Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dan membutuhkan data-data numerik yang diolah secara statistik. Fokus dari penelitian ini adalah pada analisis Pengaruh City branding “*Ambon City Of Music*” Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Variabel independen yang dipilih yaitu *city branding* (X). Sementara variabel dependen yang dipilih adalah keputusan berkunjung wisatawan (Y).

#### **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah menemukan proses komunikasi *city branding* sebagai strategi pemasaran pariwisata serta pengaruhnya dengan keputusan berkunjung wisatawan. *City branding* diteliti berdasarkan efektifitas melalui *Presence, Place, People, Pulse, Potential*, dan *Pre-requisites*. Keputusan berkunjung wisatawan dikaji melalui maksud pengambilan keputusan. Jenis wisatawan yang dimaksud adalah wisatawan dalam negeri yang pernah berkunjung ke Kota Ambon, Provinsi Maluku.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah total keseluruhan item yang menjadi subjek atau menjadi objek dalam penelitian (Sugiyono, 2011). Berdasarkan definisi tersebut peneliti menetapkan wisatawan nusantara yang pernah mengunjungi Kota Ambon, Provinsi Maluku sebagai populasi dari penelitian ini yang akan diberikan kuesioner daring dalam bentuk Google Form.

Wisatawan nusantara yang pernah melakukan kegiatan wisata di Kota Ambon, Provinsi Maluku ditentukan sebagai responden dengan ciri yaitu laki – laki dan perempuan yang memiliki rentang usia antara 24 – 50 tahun dengan tingkat pendidikan paling rendah SMA atau sederajat dan bertempat tinggal di luar Kota Ambon. Jenis kelamin dan penggolongan usia berhubungan dengan jenis wisata yang dipilih dan dilakukan. Wisatawan yang termasuk dalam kategori dewasa yang memiliki usia pada rentang 24 hingga 50 tahun telah memiliki pekerjaan tetap dan tergolong berada pada usia produktif sehingga memiliki waktu luang untuk berwisata adalah hal yang jarang terjadi dan sangat ditunggu-tunggu. Perjalanan wisata harus direncanakan karena menyangkut waktu cuti dan biaya yang dikeluarkan.

### 2. Sampel

Sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Dasar dari metode pengambilan sampel *accidental sampling* tersebut adalah kemudahan (*convenience*). Teknik *accidental sampling* dilakukan dengan cara memilih kasus atau responden yang sedang berada di tempat yang terkait dengan kasus penelitian (Morissan, 2012). Sampel terdiri dari beberapa anggota populasi

yang akan diteliti. Oleh karena itu, sampel harus ditentukan berdasarkan perkiraan populasi, bukan bagian dari populasi itu sendiri (Bailey dalam Priyono, 2016, h.104). Sehingga kriteria wisatawan yang dijadikan sampel adalah wisatawan nusantara yang pernah berkunjung ke Kota Ambon, Provinsi Maluku.

Ferdinand (2006) menyebutkan bahwa ketika penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif, maka dibutuhkan sampel dalam jumlah yang besar, namun pada penelitian ini hanya menggunakan sedikit sampel untuk melakukan pengujian hipotesis. Roscoe dalam (Sugiyono, 2011:90) berpendapat bahwa jumlah sampel minimal yang diambil dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 sampel. Pada penelitian ini, dasar penentuan jumlah sampel berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan pada saat event Ambon International Music Festival diselenggarakan pada bulan Oktober 2019 yaitu sebanyak 6.240 wisatawan nusantara. Jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini diambil dari persamaan perhitungan Taro Yamane (dalam Riduwan 2012,h.65) sebagai berikut :

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

keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = nilai presisi / tingkat kesalahan

1 = angka konstan

$$n = \frac{6240}{6240(0,1)^2 + 1} = 98,422$$

Dari perhitungan tersebut, maka dapat kita bulatkan angka total sampel yang diperlukan dalam penelitian adalah 101 wisatawan nusantara.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan data primer dan data sekunder.

###### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu responden. Pengumpulan data utama dilaksanakan dengan membagikan kuisisioner dengan platform Google Form kepada responden dengan pertanyaan terkait variabel penelitian.

###### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari lembaga atau institusi tertentu, misalnya data dari Badan Pusat Statistik, maupun data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang relevan terkait variabel - variabel pada penelitian. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari beberapa sumber, yaitu jurnal penelitian terdahulu, skripsi, buku-buku dan artikel yang sesuai terkait dengan variabel – variabel pada penelitian.

##### 2. Alat Pengumpulan Data

Peneliti memberikan kuisisioner kepada wisatawan melalui Google form yang kemudian akan disaring berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini. Kuisisioner tersebut memuat

pengukuran variabel-variabel yang diteliti, yang berupa variabel keputusan berkunjung dan *city branding* yang diukur dengan skala likert. Menurut (Sugiyono 2012:132) bahwa skala likert digunakan untuk mengukur perbedaan sikap, pendapat, dan pandangan individu atau kelompok orang mengenai peristiwa sosial. Dengan adanya skala likert dapat dihasilkan penjabaran indikator variabel dari variabel yang akan diukur. Indikator yang diperoleh akan digunakan sebagai tolak ukur dalam penyusunan komponen-komponen instrumen seperti pertanyaan maupun pernyataan. Analisis penelitian dengan skala likert dapat dituliskan menggunakan *checklist* atau pilihan ganda.

**Tabel 2. Bobot Penelitian Skala Likert**

Bobot	Penilaian	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	RG	Ragu – Ragu
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Dasar – Dasar Statistika (Riduwan, 2012)

Data yang akan dianalisis merupakan pendapat wisatawan terkait *city branding* dan keputusan berkunjung wisatawan yang berbentuk skala ordinal. Sehingga data harus diubah dalam skala interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Perubahan data skala ordinal menjadi interval bertujuan untuk menganalisis besaran pengaruh data dengan bantuan alat analisis regresi sederhana. Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:55) *Method of Successive Interval* (MSI) merupakan cara untuk membentuk skala agar skala pengukuran ordinal dapat ditingkatkan menjadi

skala pengukuran interval. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam metode tersebut, yaitu:

1. Menghitung frekuensi masing-masing skor jawaban
2. Menghitung proporsi (P) masing-masing skor jawaban
3. Menghitung proporsi kumulatif (PK)
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif
5. Menentukan nilai batas Z (nilai probability density function pada absis Z) pada masing-masing kategori dengan rumus :

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\left(\frac{z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < +\infty$$

dengan  $\pi = 3.14159$  dan  $e = 2.71828$ .

6. Menghitung scale value (interval rata – rata untuk setiap kategori)

$$Scale = \frac{\text{kepadatan batas bawah-kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas - daerah dibawah batas bawah}}$$

7. Menghitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan :

$$score = scale\ Value + |scale\ Value_{min}| + 1$$

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian yang dilakukan memiliki 2 bentuk variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel yang berperan menjadi variabel independen adalah *city branding* (X). Sementara variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung wisatawan (Y).

**Tabel 3. Matriks Operasional Variabel (MOV)**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Instrument	Sumber Data
Variabel Independen (X)					
City Branding (Simon Anholt, 2007)	Upaya dan strategi untuk mengkomunikasikan merek Kota Ambon agar mudah dikenal secara nasional dan internasional	1. Kehadiran ( <i>Presence</i> )	1. Tingkat keakraban kota 2. Kontribusi atau kedudukan kota di dunia internasional	Kuesioner	Wisatawan
		2. Tempat ( <i>Place</i> )	1. Kota merupakan lokasi yang strategis 2. Aspek fisik kota 3. Kota tersebut nyaman dan memiliki cuaca yang baik		
		3. Potensi ( <i>Potential</i> )	Peluang kota yang ditawarkan		
		4. Semangat ( <i>Pulse</i> )	1. Kota memiliki gaya hidup modern 2. Daya tarik non fisik		
		5.Orang ( <i>People</i> )	1. Keramahan Penduduk 2. Penduduk dapat bertukar budaya dan bahasa 3. Tingkat keamanan		

		6. Prasyarat (Prerequisite)	1. Kesukaan tinggal di dalam kota 2. Memiliki akses pemenuhan kebutuhan pokok yang mudah 3. Memiliki kelengkapan fasilitas dan pemenuhan kebutuhan dasar lainnya		
Variabel Dependen (Y)					
Keputusan Berkunjung (Kotler dan Keller, 2012)	Keputusan yang diambil oleh seseorang sebelum mengunjungi suatu tempat atau wilayah dengan mempertimbangkan beberapa faktor	Keputusan berkunjung	Maksud pengambilan keputusan	Kuesioner	Wisatawan

## F. Analisis Data

Analisis data ialah bagian dari penelitian yang bertujuan untuk memaparkan data hasil penelitian dalam bentuk informasi yang selanjutnya akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan (Windy, 2018). Penelitian yang dilakukan menerapkan teknik analisis kuantitatif. Dengan bantuan alat analisis berupa Analisis Regresi Sederhana dengan metode analisis kuadrat terkecil [*Ordinary Least Square (OLS)*] analisis data dilakukan. Dalam uji data dilakukan dengan bantuan alat berupa *software SPSS 23*. *SPSS* merupakan *software* pada komputer berbasis *Windows* yang sering dimanfaatkan dalam analisa statistika. Tahapan teknik analisis dalam penelitian yang dilakukan menggunakan tahapan:

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji validitas dipakai sebagai pengukuran apakah suatu kuesioner termasuk dalam kuisisioner yang valid atau tidak. Suatu kuesioner termasuk dalam kategori valid jika pertanyaan yang diajukan dapat memaparkan komponen yang diukur oleh kuesioner tersebut. (Sugiyono; 2011:35) berpendapat bahwa untuk memenuhi syarat valid maka paling tidak nilai  $r$  yang diperoleh adalah 0.3, sehingga jika hubungan antara butir dengan nilai total masih dibawah 0.3 maka butir dalam kuisisioner masih tergolong tidak valid. Masing – masing komponen dapat disebut valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Ghozali (2013)).

Dalam penelitian yang dilakukan, uji validitas ditujukan untuk mengukur tingkat validitas dari variabel *city branding* dengan keputusan wisatawan

untuk mengunjungi *Ambon of Music*. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan hasil kuisioner dari para informan yang pernah mengunjungi *Ambon of Music*. Dalam penelitian ini, penilaian instrument uji validitas didasarkan pada suatu pertanyaan yang dianggap valid dan digunakan untuk pengukur variabel penelitian yang dimasukkan ketika besar koefisien validitasnya lebih dari atau sama dengan 0,194 menggunakan perhitungan berikut.

$$r = \frac{x}{N \cdot n}$$

Keterangan :

- r = nilai kelayakan
- x = bobot jawaban responden
- N = jumlah responden
- n = jumlah item

Jika besar r hitung yang dihasilkan pada penelitian ini lebih besar daripada nilai r pada tabel yang telah ditentukan, maka elemen dianggap telah valid. Jika nilai r yang diperoleh < daripada nilai r tabel yang telah ditetapkan, maka data dikatakan tidak valid, sehingga pengolahan data harus diperbaiki kembali. Adapun hasil uji validitas yang telah diselesaikan menggunakan *software SPSS Statistic* pada variabel *city branding* dari *Ambon of Music* (X) melalui hasil kuesioner dengan 23 butir pertanyaan \dan menggunakan n = 30 sampel sebagai pengujian instrument penelitian adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas pada Variabel City Branding  
(Variabel X)**

Item	r hitung	r tabel	Variabel
			r hitung > r tabel
1	0.613	0.194	valid
2	0.743	0.194	valid
3	0.559	0.194	valid
4	0.651	0.194	valid
5	0.657	0.194	valid
6	0.672	0.194	valid
7	0.706	0.194	valid
8	0.689	0.194	valid
9	0.687	0.194	valid
10	0.718	0.194	valid
11	0.734	0.194	valid
12	0.584	0.194	valid
13	0.665	0.194	valid
14	0.503	0.194	valid
15	0.654	0.194	valid
16	0.717	0.194	valid
17	0.801	0.194	valid
18	0.767	0.194	valid
19	0.777	0.194	valid
20	0.729	0.194	valid
21	0.813	0.194	valid

22	<b>0.697</b>	<b>0.194</b>	<b>valid</b>
23	<b>0.718</b>	<b>0.194</b>	<b>valid</b>

(Sumber: Olahan Peneliti)

Sesuai dengan hasil uji validitas seperti pada tabel 4 di atas, penulis melakukan analisis bahwa hasil penelitian yang diperoleh dalam variabel *city branding* dari *Ambon of Music* dengan semua indikator dapat dinyatakan valid. Terdapat beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur variabel *city branding* dari *Ambon of Music* diantaranya yaitu pertama, aspek kehadiran (*presence*) dengan indikator tingkat keakraban kota dan kontribusi atau kedudukan kota di dunia internasional. Kedua, aspek tempat (*place*) dengan indikator lokasi kota yang strategis, aspek fisik kota, dan kenyamanan maupun kondisi cuaca yang ada di kota. Ketiga, aspek potensi (*potential*) memiliki indikator peluang kota yang ditawarkan. Keempat, aspek dorongan dan motivasi (*pulse*) dengan indikator gaya hidup modern di kota Ambon namun tetap memperhatikan daya tarik secara non fisik.

Kelima, aspek orang (*people*) dengan indikator keramahan penduduk dan saling bertukar budaya maupun bahasa serta keamanan kota. Keenam, aspek prasyarat (*prerequisite*) dengan indikator kegemaran menetap di Ambon, akses pemenuhan kebutuhan pokok yang mudah, kelengkapan fasilitas dan pemenuhan kebutuhan dasar lainnya. Hasil uji validitas ini bernilai valid karena nilai *r* hitung (koefisien korelasi *momen-product Pearson*) pada semua indikator > daripada nilai *r* pada penelitian ini yaitu

0,194. Artinya bahwa semua aspek pertanyaan pada variabel *city branding* dari *Ambon of Music* seperti *presence*, *place*, *potential pulse*, dan *prerequisite* rata-rata menunjukkan penilaian skala likert dengan poin 4 (setuju) ataupun 5 (sangat setuju).

Selanjutnya uji validitas pada variabel keputusan berkunjung wisatawan di *Ambon City of Music* (Y) yang telah diolah melalui *software IBM SPSS Statistic* versi 26 terdapat pada tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas pada Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Variabel Y)**

Aitem	r hitung	r tabel	Variabel
			r hitung > r tabel
1	0.658	0.194	valid
2	0.705	0.194	valid
3	0.750	0.194	valid
4	0.776	0.194	valid
5	0.774	0.194	valid
6	0.719	0.194	valid

(Sumber: Olahan Peneliti)

Berdasarkan hasil uji validitas yang diperoleh pada variabel keputusan berkunjung wisatawan di *Ambon City of Music*, dapat diketahui bahwa semua aspek indikator dengan jumlah 6 butir pertanyaan pada penelitian ini dapat dinilai valid. Kevalidan dapat dilihat dari nilai r hitung (koefisien korelasi *Pearson Product Moment*) yang telah diperoleh setelah dilakukan perhitungan melalui uji SPSS bahwa (r hitung > r tabel). Adanya analisis tersebut dapat diartikan bahwa indikator yang terdapat

pada variabel keputusan wisatawan untuk berkunjung di *Ambon City of Music* rata-rata menunjukkan penilaian skala likert dengan poin 4 (setuju) atau 5 (sangat setuju). Penilaian skala likert dengan poin tersebut dapat dianalisis bahwa hampir seluruh responden menyukai *Ambon City of Music* karena didukung melalui strategi *branding* yang cukup menarik para wisatawan.

Selain itu, hasil uji validitas yang disajikan di tabel menjelaskan bahwa koefisien korelasi *momen-product Pearson* berada di angka yang cukup tinggi, maka kedua variabel yang terdapat pada penelitian ini benar-benar akurat dalam mengukur instrument di setiap indikatornya. Di samping itu, nilai validitas yang tinggi menunjukkan bahwa eror setiap variabel rendah. Maka dari itu, validitas konstruk pada penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item valid dengan keterangan nilai  $r$  hitung  $>$  daripada nilai  $r$  tabel yang sudah ditetapkan.

#### b. Uji Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian uji reliabilitas dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang memang benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda (Ghozali; 2005:45). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Untuk mengetahui apakah suatu variabel reliabel atau tidak, maka digunakan uji Alpha Cronbach. Apabila koefisien  $\alpha > 0,6$  maka variabel dikatakan reliabel.

Sebaliknya jika koefisien alpha < 0,6 maka instrumen tersebut tidak reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas dalam ditujukan untuk mengetahui level perolehan keandalan pada variabel *city branding* (X) dengan keputusan wisatawan (Y) untuk berkunjung di *Ambon City of Music*. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini didasarkan pada perkiraan nilai *Cronbach Alpha*, dimana semua pernyataan atau pertanyaan dapat dinyatakan valid apabila nilai pada variabel di atas 0,6 (*Cronbach's Alpha* > 0,6). Namun semua pernyataan dapat dinyatakan tidak valid atau kurang valid apabila nilai pada variabel di bawah 0,6. Persamaan koefisien reliabilitas *alpha cronbach* digunakan untuk melakukan pengujian reabilitas pada penelitian yang dilakukan.

$$r_{11} = 1 + \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] + \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  : Varians total

Untuk mengetahui tingkat koefisien reliabilitas yang didapatkan, maka dapat digunakan teori Guilford melalui kriteria derajat reliabilitas yang disajikan dalam tabel dibawah.

**Tabel 6. Derajat Reabilitas berdasarkan Koefisien Reabilitas**

<b>Koefisien Reliabilitas</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
$0,90 < r_{xy} \leq 1,00$	Sangat tinggi
$0,70 < r_{xy} \leq 0,90$	Tinggi
$0,40 < r_{xy} \leq 0,70$	Sedang
$0,20 < r_{xy} \leq 0,40$	Rendah
$r_{xy} \leq 0,20$	Sangat rendah

Menurut perhitungan, dapat diketahui apabila nilai koefisien reliabilitas berada direntang 0,90 – 1,00, maka tingkat reliabilitas sangat tinggi. Apabila nilai koefisien reliabilitas berada di kisaran 0,70 – 0,90, maka tingkat reliabilitas termasuk ke dalam kategori tinggi. Kemudian jika nilai koefisien reliabilitas berada di antara 0,40 – 0,70, maka tingkat reliabilitas termasuk ke dalam kategori sedang. Selanjutnya jika nilai koefisien reliabilitas berada di kisaran 0,20 – 0,40, maka tingkat reliabilitas termasuk ke dalam kategori rendah. Namun apabila nilai koefisien reliabilitas kurang dari 0,20, maka tingkat reliabilitas termasuk ke dalam kategori sangat rendah.

Data uji reliabilitas yang telah dilakukan perhitungan menggunakan *software IBM SPSS Statistic* versi 26 disajikan pada tabel 7 berikut.

**Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas pada City Branding terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ambon City Of Music**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.808	29

Sumber : Diolah oleh Penulis

Dilihat dari hasil pada tabel di atas, diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* yang didapatkan dari variabel *city branding* (X) dan variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) di *Ambon City of Music* yaitu sebesar 0,808 dengan jumlah pertanyaan sebanyak 29 item. Nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa > jika dibandingkan dengan *standard alpha* yang ditetapkan pada uji reliabilitas ini, yakni sebesar 0,60. Dengan nilai tersebut, menandakan bahwa butir pertanyaan dalam kedua variabel tersebut bersifat reliabel atau konsisten. Kemudian melalui derajat reliabilitas yang didasarkan pada kategori Guilford (tabel 6), nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,808 menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas dalam penelitian ini antara kedua variabel masuk pada kategori lumayan tinggi. Hal tersebut dikarenakan koefisien pada *Cronbach's Alpha* tersebut ada di kisaran 0,70 – 0,90. Dengan demikian, terdapat adanya kesamaan dalam pengisian jawaban dengan skala likert yang tinggi di waktu yang berbeda, namun hasil uji reliabilitas dapat dikatakan akurat.

## 2. Uji Persyaratan Analisis Regresi

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu syarat dalam melakukan analisis regresi. Ghozali (2016) mengatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk menguji kenormalan pendistribusian variabel dependen dan independen yang tercakup dalam suatu model regresi. Agar diketahui apakah residual terdistribusi normal maka dapat menggunakan Uji

*Kolmogorov-Smirnov*. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , dengan kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi (sig.)  $\geq 0,05$  artinya data penelitian terdistribusi normal

Jika nilai signifikansi (sig.)  $\leq 0,05$  artinya data penelitian tidak terdistribusi normal.

### 3. Regresi Linier Sederhana

Hasil penelitian selanjutnya akan dianalisis menggunakan persamaan regresi linier yang didapatkan melalui persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bx$$

Keterangan:

A= harga Y bila

X= 0 (harga konstan)

b= angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependent yang didasarkan pada variable independent. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X= subyek pada variable independent yang mempunyai nilai tertentu.

$\hat{Y}$ = hasil nilai yang diprediksi

### 4. Pengujian Statistik

#### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah uji yang digunakan untuk pengukuran besar persentase pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Besarnya koefisien determinasi dinyatakan sebagai presentase yang menunjukkan variasi nilai variabel dependen yang dapat disajikan oleh model regresi. Jika nilai

koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada model regresi semakin kecil (mendekati 0) artinya pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen juga semakin kecil. Jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati 100%) artinya pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependennya juga semakin besar (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007).

b. Uji - t

Uji - t adalah uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t memperlihatkan sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji terhadap nilai statistik t dapat disebut sebagai uji parsial yang berbentuk koefisien regresi (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007). Rumusan hipotesis untuk Uji Nilai t-Statistik, yaitu:

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya city branding (X) tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y).
2.  $H_a : \beta_1 \neq 0$ , artinya city branding (X) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y).

Pengujian hipotesis ini menggunakan t-statistik melalui nilai perbandingan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel sebagai kriteria untuk mengambil keputusan.

1. Jika nilai - t-hitung < - t-tabel atau t-hitung > t-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  tidak ditolak.
2. Jika nilai - t-hitung  $\leq$  t-tabel  $\leq$  t-hitung, maka  $H_0$  tidak ditolak dan  $H_a$  ditolak.

c. Uji - F

Uji - F memperlihatkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan secara bersamaan dalam persamaan/model regresi mempengaruhi variabel dependen (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007).

Rumusan hipotesis untuk Uji Nilai Statistik F, yaitu:

1.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ , artinya tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y).
2.  $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  artinya minimal ada satu variabel independen yang berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y).

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan metode F-statistik dengan membandingkan nilai F-hitung dengan nilai F-tabel sebagai kriteria dalam mengambil keputusan.

- a.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  tidak ditolak apabila  $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ , yang artinya variabel independen secara bersama-sama tidak menjelaskan variasi pergerakan dalam variabel dependen.
- b.  $H_0$  tidak ditolak dan  $H_a$  ditolak apabila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , yang artinya variabel independen secara bersama-sama menjelaskan variasi pergerakan dalam variabel dependen.

## G. Jadwal penelitian

**Table 8. Jadwal Pelaksanaan**

No	Kegiatan Penelitian	Periode Pelaksanaan Penelitian							
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Oktober
1	Persiapan dan penyusunan usulan penelitian								
2	Seminar Usulan penelitian								
3	Survei Type equati Lapangan								
4	Penyusunan Skripsi								
5	Sidang Skripsi								

