

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mencari pengetahuan baru. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan, dan mengembangkan suatu pengetahuan. Sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu.<sup>62</sup>

Selain itu, penelitian ini digunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.<sup>63</sup> Hal ini karena peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan pengaruh antara variabel produk ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) dengan variabel keputusan pemilihan objek wisata ( $Y$ ).

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Wisata Pantai Gemah, tepatnya berada di Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.

---

<sup>62</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 55

<sup>63</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

### C. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Kerlinger, variabel adalah suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda.<sup>64</sup> Dalam penelitian ini, variabel dibagi menjadi 2, yaitu:

#### 1. Variabel *Independent*

Variabel *Independent* sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).<sup>65</sup> Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Produk ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ).

#### 2. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* atau biasa disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>66</sup> Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pemilihan Objek Wisata Pantai (Y).

### D. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

---

<sup>64</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 63-64.

<sup>65</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 4.

<sup>66</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Salemba empat, 2013), 178.

### 1. Produk ( $X_1$ )

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.<sup>67</sup> Menurut Purnama dan Murwatiningsih indikator dari produk (wisata) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Variabel ( $X_1$ )**

Variabel	Indikator
Produk ( $X_1$ )	a. Daya Tarik Wisata b. Fasilitas Tujuan Wisata

Sumber: Oka A Yoeti<sup>68</sup>

### 2. Lokasi ( $X_2$ )

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan bermarkas dan beroperasi melakukan kegiatan usahanya.<sup>69</sup> Menurut Tjiptono, pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Variabel  $X_2$**

Variabel	Indikator
Lokasi ( $X_2$ )	a. Akses b. <i>Visibility</i> c. Lalu-lintas ( <i>Traffic</i> ), d. Tempat Parkir e. Lingkungan

Sumber: Tjiptono.<sup>70</sup>

<sup>67</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), 95.

<sup>68</sup>Purnama dan Murwatiningsih, *Pengaruh Marketing Mix terhadap Proses Keputusan Berkunjung ke Museum Ranggawarsita Semarang*, Jurnal Manajemen Vol. 3 No. 1 Juni 2014, 2

<sup>69</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 73-74.

<sup>70</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi 1*, (Malang: Bayumedia Publising, 2007), 147-148.

### 3. Keputusan Pemilihan Objek Wisata Pantai (Y).

Keputusan pemilihan Objek Wisata Pantai merupakan bagian dari keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan proses integrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk evaluasi dari dua perilaku alternatif dan memilih salah satunya.<sup>71</sup>

**Tabel 3.3**  
**Indikator Variabel (Y)**

Variabel	Indikator
Keputusan Pemilihan (Y)	a. Pengenalan Masalah/Kebutuhan b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong<sup>72</sup>

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>73</sup> Menurut Murti Sumarni dan Salamah, populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.<sup>74</sup>

Populasi yang dimaksud disini adalah keseluruhan yang diteliti oleh

<sup>71</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 2011), 357.

<sup>72</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 179.

<sup>73</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 74.

<sup>74</sup>Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 69.

peneliti, yaitu pengunjung wisata Pantai Gemah Tulungagung dengan jumlah tak terbatas.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>75</sup> Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel *Isaac* dan *Michael* dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%.

Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 5%, dengan jumlah populasi tak terhingga. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 349 responden.

## F. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu sumber data sekunder dan sumber data primer. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer merupakan alat pengambilan data langsung pada subyek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>76</sup> Sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan

---

<sup>75</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian*, 74.

<sup>76</sup>Saifudin Anwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: PustakaPelajar, 1998), 91

alat pengukuran berupa kuesioner atau angket.<sup>77</sup> Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan pengisian kuesioner atau angket oleh responden yang berupa beberapa pertanyaan mengenai variabel  $X_1$  (produk) dan  $X_2$  (lokasi) dan Y (Keputusan Pemilihan).

#### **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Banyaknya pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen yang akan digunakan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.<sup>78</sup>

Instrumen dalam penelitian ini adalah angket. Angket merupakan lembaran yang berupa pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang atau centang pada jawaban yang dipilih. Dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan (angket) yang berhubungan dengan produk, lokasi, dan keputusan pembelian.

#### **H. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan terperinci.

---

<sup>77</sup>Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 33.

<sup>78</sup>Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi*, 72.

## I. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.<sup>79</sup> Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.0. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. *Editing*

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.<sup>80</sup>

### 2. *Coding and Categorizing*

*Coding* adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.<sup>81</sup> Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau identitas pada suatu data yang akan dianalisis. Sedangkan *categorizing* merupakan penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

---

<sup>79</sup>Ibid., 76.

<sup>80</sup>Yayan Bagus Wijaya, “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Puri Asri Kota Kediri”, (2015), 48.

<sup>81</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 24.

### 3. *Scoring*

Pemberian skor digunakan untuk mengungkapkan jawaban dari angket atau kuesioner yang disebar. Dalam penelitian ini pemberian skor adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Kurang Setuju (KS) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

### 4. *Tabulating Data*

Tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.<sup>82</sup> Data-data dikelompokkan dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak item yang termasuk dalam satu kategori.

### 5. *Processing*

*Processing* adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Teknik analisis dalam *processing* adalah sebagai berikut:

- a. Uji Instrumen
  - a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid

---

<sup>82</sup>M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>83</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Begitu pula sebaliknya.<sup>84</sup> Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan adalah teknik analisa korelasi *pearson product moment*:<sup>85</sup>

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

#### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat

<sup>83</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

<sup>84</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

<sup>85</sup>AgusIrianto, *StatistikKonsepDasar Dan Aplikasinya*, (Jakarta: KencanaPrenadana Media Group, 2007), 136.

diandalkan.<sup>86</sup> Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas yaitu:<sup>87</sup>

- 1) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti sedikit reliabel
- 3) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus memenuhi syarat-syarat: data berdistribusi normal, tidak terjadi mutikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.<sup>88</sup>

Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:

---

<sup>86</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk.*, 365

<sup>87</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 83.

<sup>88</sup>Ibid., 85.

a) Uji Normalitas Data

Pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka digunakan pengujian menggunakan analisis deskriptif, menghitung nilai *kurtosis*, *skweness* grafik distribusi normal terhadap model yang diuji.

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai *skweness* ataupun nilai *kurtosis*. Pada data yang terdistribusi normal memiliki *skweness*-nya 0 (nol).<sup>89</sup>

b) Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak

---

<sup>89</sup>Ibid., 85-87

*orthogonal* (variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol). Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel *independent* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel *independent*.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel *independent*. Jika antar variabel *independent* memiliki korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka terdapat indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel *independent* tidak berarti bebas dari multikolonieritas yang disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel *independent*.
- 3) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari: (1) Nilai *tolerance* dan lawannya; (2) *Variance inflation factor(VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel *independent* menjadi variabel *dependent* (terikat) dan di regresikan terhadap variabel *independent*

*lainnya*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independent* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena  $VIF = 1/\textit{tolerance}$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai  $\textit{tolerance} > 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .<sup>90</sup>

c) Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi jika terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diperlukan untuk membentuk model regresi yang baik. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Dengan keterangan yang mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis:

---

<sup>90</sup>Ibid., 88.

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>91</sup>

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (t-1). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan di bawah ini:<sup>92</sup>

- 1) Jika  $0 < d < d_L$  maka terjadi autokorelasi positif
- 2) Jika  $d_L < d < d_U$  berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)
- 3) Jika  $4 - d_L < d < 4$  maka terjadi autokorelasi negatif

---

<sup>91</sup>Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>92</sup>Ibid., 110-111.

- 4) Jika  $-dU < d < -dL$  maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- 5) Jika  $dU < d < -dU$  berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif

c. Analisis Korelasi *Pearson*

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian adalah korelasi *product moment pearson* yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif.<sup>93</sup>

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ). Adapun rumus dari koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut:<sup>94</sup>

$$r_{x_1x_2y} = \frac{\sqrt{r^2_{x_1y} + -2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}}{1 - r_{x_1x_2}}$$

Keterangan:

$r_{x_1x_2y}$  = korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$r^2_{x_1y}$  = korelasi antara product moment  $X_1$  dengan Y

$r^2_{x_2y}$  = korelasi antara product moment  $X_2$  dengan Y

$r_{x_1x_2}$  = korelasi antara product moment  $X_1$  dengan  $X_2$

<sup>93</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 191

<sup>94</sup>Ibid., 191-192.

Korelasi PPM dilambangkan dengan ( $r$ ) dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 \leq r \leq +1$ ). Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna;  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi; dan  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat.

Sedangkan arti harga  $r$  akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Koefisien Nilai  $r$**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-0,999	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono.<sup>95</sup>

d. Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS) dengan model dasar:<sup>96</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependent* (nilai yang diprediksikan)

X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> = Variabel *independent*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

<sup>95</sup>Ibid., 68.

<sup>96</sup>Ibid., 69.

## e. Uji Hipotesis

### a) Uji F

Dalam pengujian ini, memiliki suatu tujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel *independent* (X) secara simultan (bersama-sama) memiliki suatu pengaruh terhadap variabel *dependent* (Y). Apabila F hitung  $>$  F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel *independent* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05.<sup>97</sup>

Selain menggunakan itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 0,05), maka variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05 maka variabel *independent* secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.<sup>98</sup>

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:<sup>99</sup>

---

<sup>97</sup>Bonaventura Efrian Antyadika, Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang)", (2012), 80.

<sup>98</sup>Ibid., 80.

<sup>99</sup>Ibid., 81.

Ho :  $b_1 = b_2 = 0$ ; produk dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan.

Ho :  $b_1 \neq b_2 = 0$ ; produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan.

b) Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu *independent* secara individu dalam menerangkan variabel *dependent*. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent* secara signifikan atau tidak.<sup>100</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan dua arah atau *two tailed test*, yaitu suatu uji yang mempunyai dua daerah penolakan Ho yaitu terletak di ujung sebelah kanan dan kiri. Dalam pengujian dua arah, biasa digunakan untuk tanda sama dengan (=) pada hipotesis nol dan tanda tidak sama dengan ( $\neq$ ) pada hipotesis alternatif. Tanda (=) dan ( $\neq$ ) ini tidak menunjukkan satu arah, sehingga pengujian dilakukan untuk

---

<sup>100</sup>Ibid., 82.

dua arah. Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:<sup>101</sup>

Uji hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t tabel:

- 1) Apabila  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.
- 2) Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji hipotesis berdasarkan signifikansi: jika angka sig. > 0,05, maka  $H_0$  diterima; sedangkan jika angka sig. < 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

f. Uji Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Koefisien determinasi  $R^2$  bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>102</sup> Dalam penelitian ini, perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Produk dan Lokasi) dalam menjelaskan variabel Y (Keputusan Pemilihan Objek Wisata Pantai). Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin

<sup>101</sup>Ibid., 82

<sup>102</sup>Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.

mendekati 1, yang berarti 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:<sup>103</sup>

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

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi

---

<sup>103</sup>Bonaventura Efrian Antyadika, "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang)", (2012), 83.