

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

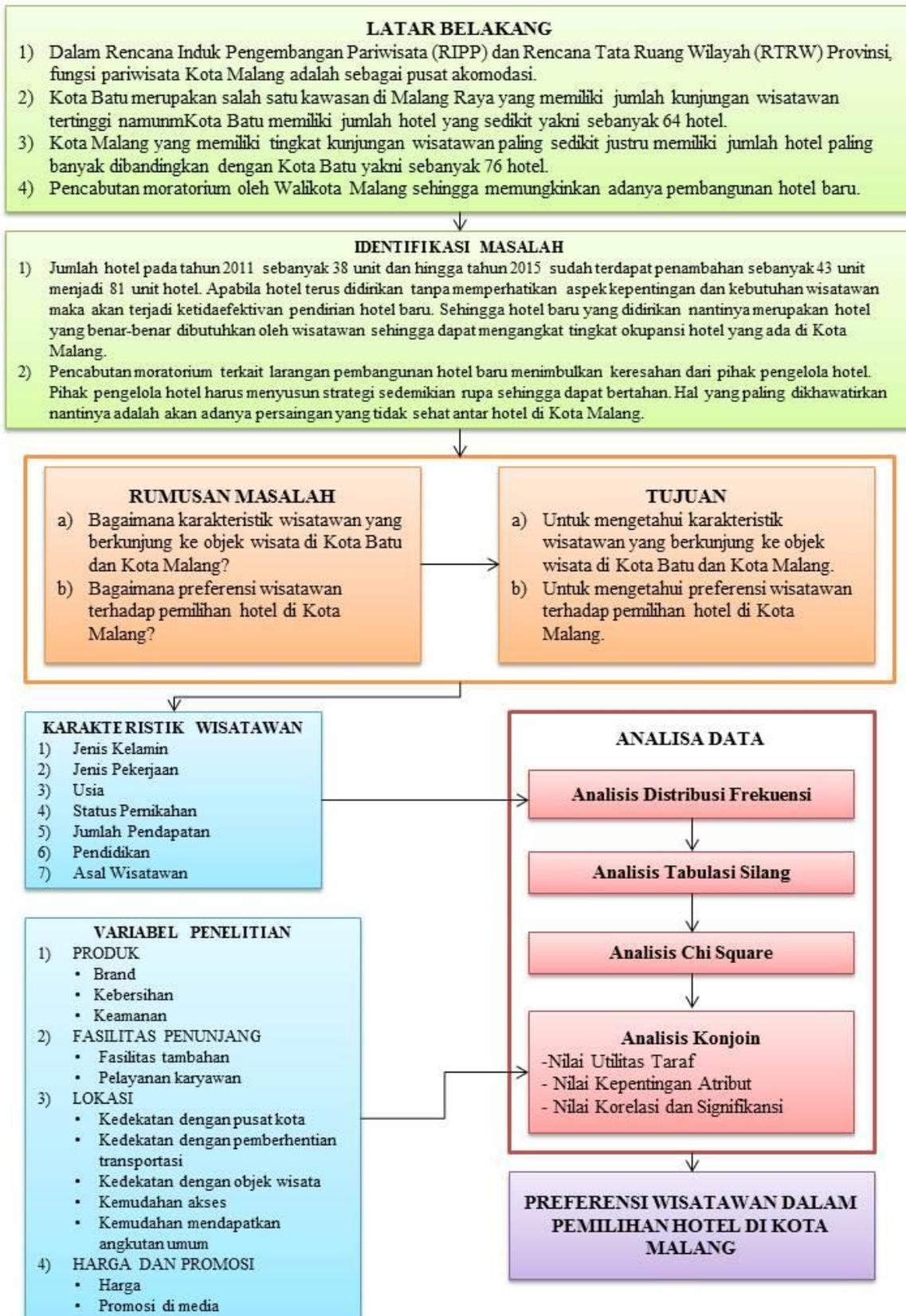
Penelitian Preferensi Wisatawan dalam Pemilihan Hotel di Kota Malang ini menggunakan pendekatan deskriptif eksploratif, yakni metode yang bertujuan untuk mengetahui segala gejala tertentu atau untuk mendapatkan ide-ide baru dari gejala tersebut dengan maksud untuk merumuskan permasalahan secara terperinci (Koentjaraningrat dalam Nurhadi, 2004). Dengan pendekatan ini diharapkan nantinya akan diperoleh suatu gambaran yang lebih mendalam tentang objek yang diteliti. Kajian ini dapat dilakukan melalui analisis data, baik data primer ataupun sekunder, melalui pengumpulan data sekunder, observasi lapangan maupun kuisioner.

3.2 Lokasi Penelitian

Lingkup materi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh hotel yang berada di wilayah administratif Kota Malang. Kota Malang terdiri dari lima kecamatan yakni Kecamatan Blimbing, Kecamatan Lowokwaru, Kecamatan Klojen, Kecamatan Sukun dan Kecamatan Kedungkandang.

3.3 Diagram Alir Penelitian

Fungsi dari diagram alir penelitian adalah untuk mengidentifikasi tahapan-tahapan rinci yang dilakukan selama proses penelitian. Diagram alir penelitian secara rinci terdapat pada Gambar 3.1 berikut :



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu elemen penunjang dalam melakukan proses analisis. Dengan menggunakan variabel yang tepat dan sesuai dengan subjek pokok bahasan yang akan diteliti, maka nantinya akan dihasilkan *output* yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Produk
- Fasilitas Penunjang
- Lokasi
- Harga dan Promosi

Tabel 3.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel
Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brand ▪ Kebersihan ▪ Keamanan
Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fasilitas tambahan ▪ Pelayanan karyawan ▪ Kedekatan dengan pusat kota ▪ Kedekatan dengan pemberhentian transportasi
Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kedekatan dengan objek wisata ▪ Kemudahan akses ▪ Kemudahan dalam mendapatkan transportasi umum
Harga dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Harga ▪ Promosi di media

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah segala data yang diperoleh langsung dari sumber melalui aktivitas langsung yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti mendapatkan data yang diinginkan melalui sumber pertama dimana data tersebut diperoleh. Sumber data dapat diperoleh dari pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan pokok penelitian. Teknik yang dapat dilakukan untuk memperoleh data primer antara lain dengan observasi langsung ke lapangan, wawancara ataupun kuisioner.

Berikut adalah data primer yang dibutuhkan serta teknik pengumpulan data dalam penelitian :

Tabel 3.2 Jenis Data Primer yang Dibutuhkan

No	Variabel	Jenis Data yang Dibutuhkan	Teknik Pengumpulan Data
1	Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brand ▪ Kebersihan ▪ Keamanan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wawancara ▪ Kuisisioner
2	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fasilitas tambahan ▪ Pelayanan karyawan ▪ Kedekatan dengan pusat kota ▪ Kedekatan dengan pemberhentian transportasi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wawancara ▪ Kuisisioner
3	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kedekatan dengan objek wisata ▪ Kemudahan akses ▪ Kemudahan dalam mendapatkan transportasi umum 	
4	Harga dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Harga ▪ Promosi di media 	

3.5.2 Data Sekunder

Survei sekunder dilakukan untuk mendapatkan data pendukung terkait dengan penelitian ini. Survei sekunder yang dilakukan yaitu berupa survei instansi. Survei instansi yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data gambaran umum wilayah penelitian, RTRW, RIPPDA dan data pendukung terkait dengan dinamika objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu serta hotel di Kota Malang.

Tabel 3.3 Jenis Data Sekunder yang Dibutuhkan

Metode Survei Sekunder	Sumber Data	Data yang Diperlukan
Survei instansi	Disbudpar Kota Malang	- Data objek wisata
	Disbudpar Kota Batu PHRI	- Data kunjungan wisata
	Bappeda Kota Malang	- RTRW Kota Malang
	Bappeda Kota Batu	- RTRW Kota Batu
		- RIPP Kota Malang
		- RIPP Kota Batu

3.6 Sampel Penelitian

Metode sampel diperlukan untuk menentukan jumlah responden wisatawan yang akan diteliti, yang akan merepresentasikan keadaan dalam populasi yang sebenarnya. Jumlah responden wisatawan digunakan dalam pengambilan data primer untuk masukan dalam analisis konjoin. Tujuan diadakannya metode sampling adalah untuk memudahkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang optimal. Besarnya sampel penelitian yang dibutuhkan sangat menentukan kualitas dari hasil penelitian. Oleh karena itu, semakin besar derajat kepercayaannya, maka semakin besar juga tingkat *reabilitasnya* sehingga *output* yang dihasilkan mendekati hasil dari kondisi eksisting.

Metode sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yakni suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil kemudian pemilihan sampel dilakukan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu (Sugiyono, 2008). Adapun kriteria pengambilan sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Responden melakukan kegiatan wisata, dimana kegiatan berwisata yang dimaksud dapat mencakup hal-hal sebagai berikut.
 - a. Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya (Pitana, 2005: 46).
 - b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan, dan lain-lain (*Komisi Liga Bangsa-bangsa dalam Muljadi, 2010: 10*).
 - c. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari pekerjaan / penghidupan di tempat yang dituju (Richardson & Fluker dalam Pitana, 2005: 46).
2. Wisatawan yang dapat dijadikan responden harus melakukan perjalanan ke objek-objek wisata Malang Raya dan bermalam di hotel yang ada di Kota Malang.
3. Batas umur minimal wisatawan yang dapat dijadikan sampel adalah 13 tahun. Hal ini dikarenakan pada batas usia tersebut telah memasuki usia remaja dan dianggap mampu untuk menentukan pengambilan keputusan dalam memilih tempat berwisata.

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi (3.746.558)

α = Margin error (10%)

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.746.558}{1 + 3.746.558 (0,1)^2} \\ &= 99,7 \\ &= 100 \text{ unit sampel} \end{aligned}$$

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuisioner yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Berikut merupakan hasil uji validitas dengan cara menghitung korelasi antar masing-masing pertanyaan terkait dengan variabel karakteristik pengunjung obyek wisata pada Kota Malang dan Kota Batu serta menginap di hotel Kota Malang yang disajikan pada Tabel 3.4

Tabel 3.4 Uji Validitas Kuisioner Karakteristik Wisatawan Pengunjung Obyek Wisata di Kota Malang dan Batu

Correlations

		Jenis Kelamin	Jenis Pekerjaan	Usia	Status Pernikahan	Pendapatan	Pendidikan	Asal Wisatawan	TOTAL
Jenis Kelamin	Pearson Correlation	1	.564**	.434**	.303**	.282**	.304**	.300**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.004	.002	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Jenis Pekerjaan	Pearson Correlation	.564**	1	.406**	.198*	.172	.222*	.233*	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.048	.087	.026	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Usia	Pearson Correlation	.434**	.406**	1	.256*	.332**	.275**	.345**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.001	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Status Pernikahan	Pearson Correlation	.303**	.198*	.256*	1	.120	.141	-.019	.478**
	Sig. (2-tailed)	.002	.048	.010		.235	.162	.850	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Pendapatan	Pearson Correlation	.282**	.172	.332**	.120	1	.399**	.391**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.004	.087	.001	.235		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Pendidikan	Pearson Correlation	.304**	.222*	.275**	.141	.399**	1	.539**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.002	.026	.006	.162	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Asal Wisatawan	Pearson Correlation	.300**	.233*	.345**	-.019	.391**	.539**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.002	.020	.000	.850	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.721**	.644**	.688**	.478**	.597**	.644**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									



Pada Tabel 3.4 kolom Pearson Correlation dari keseluruhan jawaban dari pertanyaan tentang karakteristik wisatawan diketahui bahwa seluruh pertanyaan mempunyai hubungan yang sangat kuat, yang mana nilai *coefisien product moment* (r) total lebih besar dari r tabel (0,3) dan nilai signifikansi (faktor kesalahan) di bawah 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan, yaitu jenis kelamin, jenis pekerjaan, usia, status pernikahan, pendapatan, pendidikan dan asal wisatawan adalah valid dan dapat mewakili pertanyaan karakteristik wisatawan dalam penentuan segmentasi hotel pada wisatawan yang berkunjung pada obyek wisata Kota Malang dan Kota Batu dan menginap di hotel Kota Malang.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk menguji digunakan Alpha Cronbach dengan rumus:

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

Di mana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varian total

Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Alpha Cronbach. Bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel dan apabila di atas 0,6 dinyatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel ditunjukkan Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Kuesioner Mengenai Karakteristik Demografi Wisatawan Obyek Wisata Kota Malang dan Kota Batu yang menginap di Hotel

Cronbach's Alpha	N of Items
0,738	7

Berdasarkan tabel 3.5 di atas dapat diketahui bahwa item kuesioner memiliki nilai koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 yakni 0,738 sehingga dapat dikatakan instrumen pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat diandalkan.

3.7.3 Analisis Distribusi Frekuensi

Analisis distribusi frekuensi adalah analisis deskriptif untuk mengidentifikasi karakter karakteristik dari wisatawan yang berkunjung ke objek wisata yang berada di Kota Malang dan Kota Batu serta tipologi hotel di Kota Malang. Identifikasi karakteristik wisatawan dan tipologi hotel dilakukan sesuai dengan desain survei yang telah disusun. Input data yang digunakan berasal dari penyebaran kuesioner yang disebar, dimana sub variabel yang akan dianalisis meliputi aspek karakteristik wisatawan yakni jenis kelamin, jenis pekerjaan, usia, status pernikahan, jumlah pendapatan, pendidikan dan asal wisatawan. Adapun output dari analisis ini adalah karakteristik wisatawan yang berkunjung di seluruh objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu dan memilih untuk menggunakan akomodasi hotel di Kota Malang, serta tipologi hotel dan persebarannya di Kota Malang.

3.7.4 Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Indriatno (1998) mengemukakan bahwa tabulasi silang merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi di antaranya. Prosedur tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai yang berbeda dari dua variabel dan menghitung harga statistik beserta ujinya. Definisi lain terkait analisis tabulasi silang menurut Santoso (2000) merupakan metode untuk menganalisis keterkaitan beberapa faktor yang disusun menjadi kolom dan baris. Dalam hal ini, baris merupakan variabel terpengaruh (*dependent variable*) sedangkan kolom merupakan variabel yang mempengaruhi (*independent variable*). Dalam analisis tabulasi silang terdapat sebuah uji yaitu uji chi square dimana hasil dari chi square ini bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel. Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis chi square adalah:

- 1) Menentukan hipotesa, yakni dua dugaan yang biasanya dilambangkan dengan H_0 (tidak terdapat hubungan) dan H_1 (terdapat hubungan)

- 2) Menentukan Alpha (α) yang sudah ditetapkan dalam penelitian ini yakni 5% atau 0,05
- 3) Menentukan nilai Asymp.Sig yang bisa diperoleh dari tabel chi-square
- 4) Menentukan daerah kritis yakni pengambilan kasus daerah kritisnya dimana jika nilai Asymp.sig (2 sided) $> \alpha$ maka H_0 diterima, namun apabila nilai Asymp.sig (2 sided) $< \alpha$ maka H_0 ditolak
- 5) Kesimpulan

Pada chi-square terdapat beberapa hal yang terkandung dalam tabel chi-square yakni:

A. Person Chi-Square

Person Chi-Square merupakan suatu metode uji kenormalan yang berbasis statistik uji X^2 , dengan persamaan:

$$X^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dimana :

E_i : frekuensi pengamatan sampel yang diharapkan berada dalam kelas i bila frekuensi sampel dalam setiap kelas interval mengikuti distribusi yang diduga

O_i : frekuensi pengamatan yang terjadi dalam kelas i

B. Likelihood-ratio chi-square

Likelihood-ratio chi-square adalah ukuran fundamental dari overall fit. Nilai chi-square yang tinggi relatif terhadap degree of freedom menunjukkan bahwa matriks kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikan (α). Sebaliknya, nilai chi-square yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α) dan menunjukkan bahwa input matriks kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Dalam hal ini peneliti harus mencari nilai chi-square yang tidak signifikan karena mengharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau fit dengan data penelitian.

3.7.5 Analisis Konjoin

Analisis konjoin (*consider jointly*) merupakan sebuah teknik analisis yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif berdasarkan persepsi pelanggan yang dibawa oleh suatu produk tertentu dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut-atribut produk terkait. Adapun asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis konjoin adalah subyek berpikiran rasional dalam mempertimbangkan atribut, atribut bisa diidentifikasi dan preferensi bersifat *additive*. Tujuan dilakukannya analisis konjoin ini adalah untuk mengetahui nilai kepentingan dari setiap atribut dan nilai utilitas dari setiap taraf yang ingin diketahui. Menurut Hasan (2002) dengan mengetahui tingkat kepentingan relatif, maka dapat diketahui desain pilihan yang sesuai dengan kombinasi atribut yang dianggap penting dan mengorbankan atribut yang relatif kurang penting, sehingga mampu menentukan kekuatan relatif masing-masing atribut penelitian sesuai dengan kekuatan pilihan responden. Adapun langkah-langkah melakukan analisis konjoin dalam penelitian ini adalah :

1) Menentukan atribut dan taraf

Pada analisis konjoin yang dimaksud dengan atribut adalah variabel penelitian, sedangkan taraf adalah sub variabelnya. Variabel / atribut yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah produk, fasilitas penunjang, lokasi serta harga dan promosi. Adapun atribut dan taraf yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 3.6

Tabel 3.6 Atribut dan Taraf yang Digunakan dalam Penelitian

No	Atribut	Taraf
1	Produk	Brand
		Kebersihan
		Keamanan
2	Fasilitas Penunjang	Fasilitas tambahan
		Pelayanan karyawan
		Kedekatan dengan pusat kota
		Kedekatan dengan pemberhentian transportasi
3	Lokasi	Kedekatan dengan objek wisata
		Kemudahan akses
		Kemudahan mendapatkan angkutan umum
4	Harga dan Promosi	Harga

Promosi di media

2) Membuat stimulus

Apabila telah terdapat atribut dan taraf, maka langkah selanjutnya adalah membuat stimuler dengan kombinasi lengkap terlebih dahulu dengan mengalikan taraf pada masing masing atribut.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah stimulus} &= 3 \times 2 \times 5 \times 2 \\ &= 60 \text{ stimulus} \end{aligned}$$

3) Mengurangi jumlah stimulus

Pengurangan jumlah stimulus dilakukan melalui proses orthgonal untuk mengestimasi faktor-faktor yang utama dan menguji hipotesis yang berpengaruh. Selain itu, proses ortogonal memusatkan pada pengaruh utama dan menganggap interaksi atribut bisa diabaikan dan juga ortogonal diatur agar setiap taraf sebuah atribut terjadi bersamaan dengan setiap taraf atribut lainnya dengan frekuensi yang sama atau proporsional dan tetap menjamin independensi pengaruh utama. Karena jika jumlah taraf dan atribut dengan jumlah banyak akan mempengaruhi penentuan desain ortogonal yang semakin rumit, maka penentuan stimulus menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics 16.0. Stimulus / kombinasi atribut sebanyak 25 hasil dari proses orthogonal terdapat pada Tabel 3.7

Tabel 3.7 Stimulus Preferensi Pemilihan Hotel di Kota Malang

Card ID	Produk	Fasilitas Penunjang	Lokasi	Harga dan Promosi
1	Kebersihan	Pelayanan Karyawan	dekat pusat kota	Promosi cetak/internet
2	Brand	Pelayanan Karyawan	dekat pemberhentian transportasi	Tarif
3	Kebersihan	Fasilitas Tambahan	dekat obyek wisata	Promosi cetak/internet
4	Kebersihan	Pelayanan Karyawan	dekat obyek wisata	Tarif
5	Pelayanan	Pelayanan Karyawan	Mudah diakses	Promosi cetak/internet
6	Brand	Fasilitas Tambahan	dekat pusat kota	Tarif
7	Kebersihan	Fasilitas Tambahan	Kemudahan angkutan umum	Tarif
8	Brand	Fasilitas Tambahan	Kemudahan angkutan umum	Promosi cetak/internet
9	Keamanan	Pelayanan Karyawan	dekat pusat kota	Tarif

10	Brand	Fasilitas Tambahan	dekat pusat kota	Promosi cetak/internet
11	Kebersihan	Pelayanan Karyawan	Kemudahan angkutan umum	Tarif
12	Keamanan	Fasilitas Tambahan	Kemudahan angkutan umum	Tarif
13	Kebersihan	Fasilitas Tambahan	dekat pusat kota	Tarif
14	Kebersihan	Fasilitas Tambahan	Mudah diakses	Tarif
15	Brand	Pelayanan Karyawan	Kemudahan angkutan umum	Promosi cetak/internet
16	Brand	Fasilitas Tambahan	Mudah diakses	Promosi cetak/internet
17	Kebersihan	Fasilitas Tambahan	dekat pemberhentian transportasi	Promosi cetak/internet
18	Kebersihan	Fasilitas Tambahan	Mudah diakses	Tarif
19	Brand	Pelayanan Karyawan	dekat obyek wisata	Tarif
20	Brand	Fasilitas Tambahan	dekat obyek wisata	Tarif
21	Keamanan	Fasilitas Tambahan	dekat pemberhentian transportasi	Tarif
22	Keamanan	Fasilitas Tambahan	dekat obyek wisata	Promosi cetak/internet
23	Kebersihan	Pelayanan Karyawan	dekat pemberhentian transportasi	Promosi cetak/internet
24	Brand	Fasilitas Tambahan	dekat pemberhentian transportasi	Tarif
25	Brand	Pelayanan Karyawan	Mudah diakses	Tarif

4) Membentuk data input

Membentuk data input dilakukan pada saat melakukan survei kepada responden, dimana responden memberikan ranking terhadap stimulus yang ada.

5) Melakukan prosedur analisis konjoin

Perancangan proses analisis konjoin menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics 16.0 menggunakan data hasil ranking (data ordinal). Keluaran / output dari proses analisis konjoin yaitu berupa *utility estimate* (nilai utilitas), *importance value* (nilai kepentingan), dan korelasi berdasarkan nilai Pearson dan Tau Kendall.

A. Analisis nilai utilitas taraf

Nilai utilitas taraf digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing masing taraf terhadap atributnya yang didapatkan dari selisih antara rata-rata tiap taraf terhadap konstantanya (Hasan, 2002). Nilai utilitas taraf pada

penelitian tentang preferensi wisatawan dalam pemilihan akomodasi hotel di Kota Malang digunakan untuk menafsirkan karakteristik preferensi pemilihan hotel tiap taraf. Semakin tinggi nilai utilitas taraf yang bernilai positif (+), diasumsikan sebagai sub variabel yang lebih dipertimbangkan dalam pemilihan hotel, sedangkan semakin tinggi nilai utilitas taraf yang bernilai negatif (-), maka diasumsikan sebagai sub variabel yang kurang dipertimbangkan dibanding dengan taraf lainnya.

B. Analisis nilai kepentingan atribut

Nilai kepentingan (*importance value*) digunakan untuk menentukan nilai pentingnya suatu atribut terhadap atribut lainnya (Hasan, 2002). Dalam penelitian tentang preferensi wisatawan dalam pemilihan akomodasi hotel di Kota Malang, nilai kepentingan atribut digunakan untuk menunjukkan atribut mana yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan dalam memilih hotel di Kota Malang. Nilai kepentingan atribut diasumsikan bahwa semakin tinggi nilai atribut, maka semakin tinggi pula tingkat kepentingannya dalam pertimbangan wisatawan dalam memilih hotel di Kota Malang.

C. Nilai korelasi dan signifikansi

Keakurasian peramalan dalam analisis konjoin diukur dengan melihat korelasinya pada nilai Pearson's R dan Kendall's tau serta derajat signifikansinya. Nilai korelasi berkisar antara 1 sampai -1, jika nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antar variabel semakin kuat, sebaliknya, jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antar variabel semakin lemah. Menurut Sugiyono (2007), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 - 0,199 = sangat rendah

0,20 - 0,399 = rendah

0,40 - 0,599 = sedang

0,60 - 0,799 = kuat

0,80 - 1,000 = sangat kuat

3.8 Desain Survei

Desain penelitian merupakan struktur penyelidikan untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan atau yang menjadi permasalahan dalam proses penelitian. Desain survei merupakan tabulasi dari metode penelitian yang telah disusun tentang bagaimana proses mendapatkan data di lapangan, instansi, sumber data dan metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian. Desain survei yang digunakan dalam penelitian mengenai Preferensi Wisatawan dalam Pemilihan Hotel di Kota Malang adalah sebagai berikut :



Tabel 3.8 Desain Survei

NO	Tujuan Penelitian	Variabel	Sub Variabel	Metode Pengumpulan Data	Sumber Data	Metode Analisis Data	Teknik Pengukuran Variabel	Output Penelitian
1	Mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung menuju objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu	Karakteristik wisatawan	Jenis kelamin Jenis pekerjaan Usia Status pernikahan Jumlah pendapatan Pendidikan Asal wisatawan	▪ Kuisisioner	Wisatawan	Analisis deskriptif yang mengidentifikasi karakteristik wisatawan yang berada di objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu	Karakteristik wisatawan didapat melalui hasil kuisisioner	Mengetahui karakteristik wisatawan yang menginap di hotel-hotel di Kota Malang
2.	Mengetahui preferensi wisatawan dalam pemilihan hotel di Kota Malang dan Kota Batu	Produk Fasilitas Penunjang Lokasi	Brand Kebersihan Keamanan Fasilitas tambahan Pelayanan karyawan Kedekatan dengan pusat kota Kedekatan dengan pemberhentian transportasi Kedekatan dengan objek	▪ Kuisisioner	Wisatawan	▪ Analisis Tabulasi Silang ▪ Analisis Chi Square ▪ Analisis konjoin	Kartu stimulus	▪ Korelasi / hubungan antara karakteristik wisatawan dengan variabel penelitian ▪ Urutan variabel (atribut) dan sub variabel (taraf) yang dipertimbangan wisatawan dalam memilih

Harga dan Promosi

wisata
Kemudahan akses
Kemudahan mendapatkan angkutan umum
Harga Promosi di media

hotel di Kota Malang

