

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun objek pada penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Awit Sinar Alam Darajat Garut dengan ruang lingkup penelitian mengenai **“Pengaruh Harga, Citra Perusahaan dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing”**.

##### **3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Perusahaan Awit Sinar Alam Darajat berdiri sejak tahun 2010 dimana Bapak H.Idik Hidayat mendirikan sebuah perusahaan objek wisata yaitu Awit Sinar Alam Darajat yang beralamat di Jl. Darajat KM24, Garut, Indonesia. Pada awal pendiriannya Awit Sinar Alam Darajat langsung dipercayakan untuk di kelola oleh anak pertama nya yaitu bapak H. Enceng Juju Juarsah mulai dari 1 kolam tanpa wahana waterboom hingga berkembang menjadi 3 kolam sekaligus beserta wahana waterboom dan pada tahun 2013, selanjut nya Awit Sinar Alam Darajat mengembangkan wisata nya dengan menambah fasilitas berupa gazebo dan aula.

Pada awal tahun 2014 Awit Sinar Alam Darajat membangun cottage/hotel beserta rumah makan yang di beri nama rumah makan stroberi, tujuan di kembangkan nya wisata Awit Sinar Alam Darajat di karnakan pengunjung yang datang ke Awit Sinar Alam Darajat sekarang tidak hanya dari daerah Garut sajatetapi dari luar kota Garut juga sangat banyak sehingga di buat lah

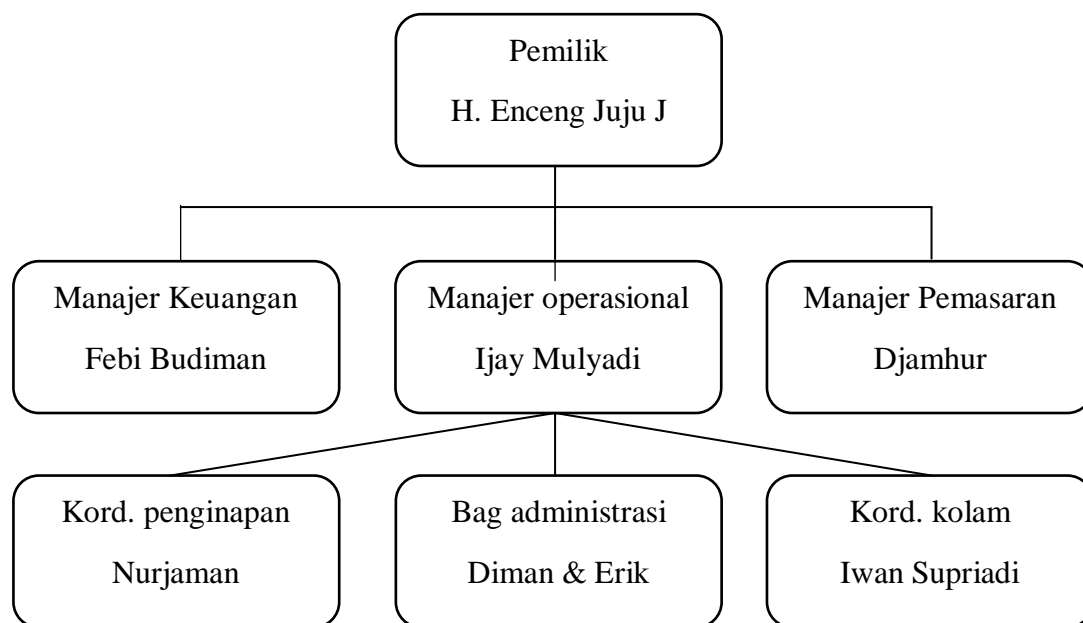
cottage/hotel tersebut agar pengunjung dari luar kota bisa merasakan suasana yang berbeda dari biasanya.

### **3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur Organisasi merupakan susunan yang terdiri dari fungsi-fungsi dan hubungan yang menyertakan seluruh kegiatan untuk mencapai suatu sasaran yang secara fisik dapat dinyatakan dalam bentuk bagan yang memperlihatkan hubungan unit organisasi dari garis-garis wewenang yang ada.

Sedangkan organisasi merupakan bentuk kerja sama dari sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam organisasi terdapat unsur-unsur seperti sekelompok orang bekerja sama atau pembagian tugas dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perusahaan sebagai suatu organisasi yang membutuhkan adanya kepengurusan untuk dapat melakukan kegiatan usahanya. Dalam organisasi terdapat hubungan-hubungan formal yang luas meliputi hubungan orang dengan orang maupun fungsi yang disusun dalam rangka mengatur aliran pekerjaan, pemberian wewenang dan tanggung jawab. Untuk dapat mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien, maka macam-macam tugas yang ada dalam organisasi harus di bagi-bagi dan ditugaskan pada orang-orang tertentu yang ahli dalam bidangnya masing-masing.

Dalam menjalankan usahanya, Perusahaan Awit Sinar Alam Darajat menggunakan struktur organisasi yang sederhana. Adapun struktur organisasi yang ada di Perusahaan Awit Sinar Alam Darajat adalah sebagai berikut:



Sumber: Perusahaan Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat (Oktober, 2018)

**Gambar 3.1**

### **Struktur Organisasi Perusahaan Awit Sinar Alam Darajat**

#### **3.1.2.1. Uraian Tugas atau *Job Description***

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

##### 1. Pemilik

Pemilik bertanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan serta berhak untuk menentukan berbagai kebijakan perusahaan yang meliputi:

- Kebijakan Umum
- Kebijakan Keuangan
- Kebijakan Pemasaran
- Mengawasi seluruh aktivitas perusahaan

## 2. Manajer Operasional

Manajer operasional mempunyai tugas sebagai berikut:

- Mengawasi pengelolaan pelaksanaan kegiatan perusahaan.
- Melakukan koordinasi kerja harian.
- Melaksanakan penyusunan rencana kerja dan anggaran operasional perusahaan.

## 3. Manajer Keuangan

Manajer keuangan merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap arus masuk dan keluarnya uang dalam perusahaan, tugas-tugas utamanya adalah:

- Membuat laporan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Merekomendasi kebijakan keuangan dan pemecahan masalah terhadap berbagai kendala yang dihadapi perusahaan terutama yang berhubungan dengan masalah keuangan.
- Merencanakan pembayaran gaji dan insentif terhadap seluruh karyawan perusahaan.

## 4. Manajer Pemasaran

Tugas utama Manajer Perusahaan:

- Menyusun strategi pemasaran berdasarkan kemampuan perusahaan.
- Membangun interaksi dan kerja sama dengan konsumen/pelanggan dengan sebaik-baiknya.
- Menaksir wilayah pemasaran baru yang dianggap potensial sebagai sasaran promosi berikutnya.

## 5. Bagian Administrasi

Tugas utama bagian administrasi sebagai berikut:

- Menangani semua sistem pengadministrasian.
- Mencatat semua kegiatan yang ada di perusahaan.
- Melakukan penjadwalan bookingan rombongan.

## 6. Kord Kolam

Tugas utama koordinator kolam adalah:

- Membuat jadwal pengurusan kolam
- Menjaga keamanan pengunjung saat berada di kolam.

## 7. Kord Hotel

Tugas utama Koordinator hotel adalah:

- Menjaga keamanan hotel.
- Memberi pelayanan kepada pengunjung yang menginap.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah survey, menurut Gima Sugiama (2008:135): “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang-orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”.

#### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu

penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang tidak bebas. Yang terdiri dari :

$X_1$ = Harga

$X_2$ = Citra Perusahaan

$X_3$ = Promosi

2. Variabel tidak bebas atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

Berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel yang digunakan pada penelitian ini :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Skala</b>
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>
Harga ( $X_1$ )	Harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa	1. Keterjangkauan harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas yang di berikan.</li> </ul>	O R D I N A L
		2. Daya saing harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang ditawarkan lebih murah dengan harga pesaing.</li> <li>• Tidak rugi membelanjakan uang untuk menikmati wisata Awit Sinar Alam Darajat.</li> </ul>	
		3. Diskon/Potongan harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskon kuantitas.</li> <li>• Diskon musiman.</li> </ul>	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		4. Cara pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cara pembayaran secara tunai.</li> <li>• Cara pembayaran secara kredit dan debit.</li> </ul>	
Citra Perusahaan (X <sub>2</sub> )	Citra perusahaan merupakan persepsi dari suatu organisasi yang di rekam di memori konsumen dan bekerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan.	1. Kualitas dan inovasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelayanan profesional.</li> <li>• Kualitas air yang bagus dan bersih..</li> </ul>	O R D I N A L
		2. Pelayanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cepat tanggap dalam melayani seluruh pengunjung.</li> </ul>	
		3. Program.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberi pelayanan yang maksimal kepada pengunjung.</li> </ul>	
		4. Kredibilitas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pengalaman yang berbeda.</li> </ul>	
Promosi (X <sub>3</sub> )	Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.	1. Periklanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasang spanduk di lokasi yang strategis.</li> </ul>	O R D I N A L
		2. Penjualan personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan tiket secara online.</li> </ul>	
		3. Promosi penjualan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi melalui media sosial.</li> <li>• Memiliki website pribadi.</li> </ul>	
		4. Publisitas dan hubungan masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempekerjakan pribumi/warga sekitar.</li> </ul>	
		5. Informasi dari mulut ke mulut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• memberikan hubungan akrab dan komunikatif kepada pengunjung.</li> </ul>	
		6. Pemasaran langsung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuka stand promosi di car free day.</li> </ul>	
Keunggulan bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan	1. Customer Prosperity	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat parkir luas.</li> <li>• penjagaan di setiap kolam.</li> </ul>	O R D I N A L
		2. People and Information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pusat informasi.</li> <li>• Brosur iklan.</li> </ul>	
		3. Cooperation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerjasama dengan agent travel dan toko oleh-</li> </ul>	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industry atau pasar yang sama.		oleh. <ul style="list-style-type: none"> <li>Menyediakan lahan untuk pedagang supaya mempermudah belanja pengunjung.</li> </ul>	
		Fitnes for Change	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan fasilitas secara terus menerus.</li> <li>Meningkatkan pelayanan secara terus menerus.</li> </ul>	

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

#### 1. *Kuesioner*

yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada konsumen.

#### 2. *Interview*

Yaitu pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan pihak Manajemen Awit Sinar Alam Darajat berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

#### 3. *Studi Dokumentasi*

Pengumpulan data melalui dokumen-dokumen dari perusahaan yang relevan dengan tujuan penelitian ini seperti Struktur organisasi dan dokumen lain.



### **3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu:

1. Sumber data primer

Data yang diperoleh melalui kuesioner kepada konsumen dan wawancara langsung dengan pihak manajemen Awit Sinar Alam Darajat Garut.

2. Sumber data sekunder

Data yang dikumpulkan dari pihak lain sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, literatur, artikel, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diteliti.

### **3.2.2.2 Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2008:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung objek wisata Awit Sinar Alam Darajat yang berada di Garut yaitu sebanyak 100 orang dalam seminggu pada bulan Januari tahun 2019.

### **3.2.2.3 Sampel**

Menurut Asep Hermawan (2009:147) sampel merupakan suatu bagian dari

populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil agar mewakili seluruh populasi digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein (2002:141) sebagai berikut :

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

Keterangan : N = Populasi

n = Sampel

d = 10%

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, Penulis mengambil jumlah rata-rata pengunjung objek wisata Awit Sinar Alam Darajat dalam seminggu sebanyak 100. Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(0,1)^2} \\ &= \frac{100}{1 + 100(0,1)^2} \\ &= \frac{100}{1 + 100(0,01)} \\ &= \frac{100}{1 + 1} \end{aligned}$$

$$= \frac{100}{2}$$

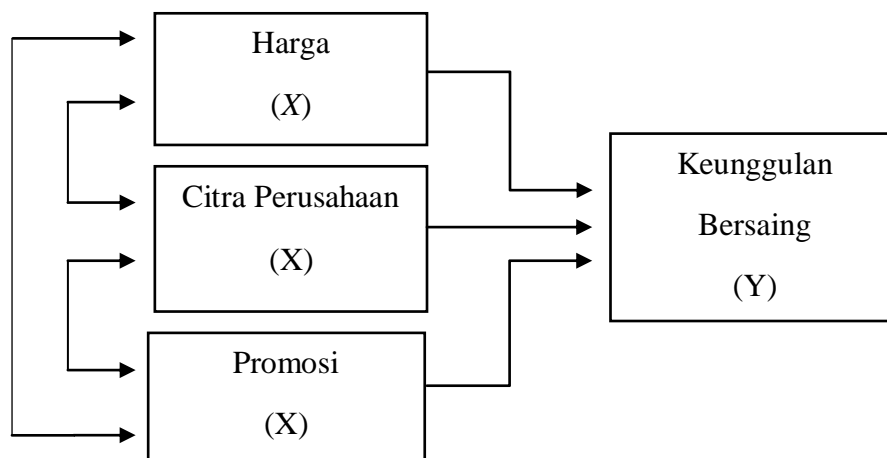
n = 50 orang

Jadi ukuran sampel yang dipilih adalah sebanyak 50 orang.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2010:77), “*accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.”

### 3.3 Paradigma Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh harga, citra perusahaan dan promosi terhadap keunggulan bersaing, maka dibuat paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gambar 3.2**

### **Paradigma Penelitian**

### 3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan

menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh harga, citra perusahaan dan promosi terhadap keunggulan bersaing.

### **3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebar.

#### **1. Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2009:47).

##### **Kriteria pengujian validitas**

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan cara :

Nilai  $p \leq \alpha$  (Santoso, 2000)

#### **2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil hasil pengukuran dapat dipercaya (Suliyanto, 2009:47).

##### **Kriteria pengujian reliabilitas**

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap reliabel, dapat dilakukan dengan cara :

Jika  $r\text{-alpha}$  positif dan  $r\text{-alpha} > r\text{-tabel} (\alpha ; n-2)$   $n =$  jumlah sampel (Santoso, 2000)

Adapun tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas**

No	Interval	Kriteria
1.	< 0,200	Sangat Rendah
2.	0,200 – 0,399	Rendah
3.	0,400 – 0,599	Cukup
4.	0,600 – 0,799	Tinggi
5.	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

(Sumber : Arikunto, 1997)

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas dan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 17.

### 3.4.2 Analisis Terhadap Kuesioner

Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti: Frekuensi, mean, standar deviasi maupun rangkingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.3**  
**Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif**

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang

2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

**Tabel 3.4**  
**Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif**

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Setuju	S	Rendah
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

### 3.4.3 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive Interval*. Menurut Al-Rasyid (1994:12), menyatakan bahwa skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan peringkat saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut:

- Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh  $P_i = F_i/n$
- Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ( $P_{ki} = \sum_{j=1}^i P_j$ ).
- Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.

- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

#### 3.4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

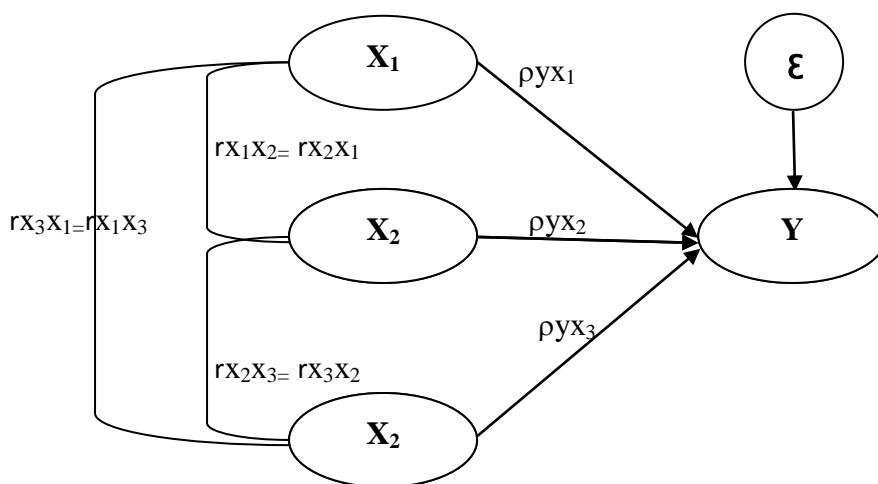
Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Tujuan digunakan analisis jalur (*path analysis*) adalah untuk mengetahui pengaruh seperangkat variabel X terhadap variabel Y, serta untuk mengetahui pengaruh antar variabel X. Dalam analisis jalur ini dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara bersama – sama. Selain itu juga, tujuan dilakukannya analisa jalur adalah untuk menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung dari beberapa variabel penyebab terhadap variabel lainnya sebagai variabel terikat. Untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel ataupun beberapa variabel terhadap variabel lainnya baik pengaruh yang sifatnya langsung atau tidak langsung, maka dapat digunakan Analisis jalur (Affandi, 2015). Tahapan dari analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Membuat diagram jalur dan membaginya menjadi beberapa sub-struktur
2. Menentukan matrik korelasi
3. Menghitung matrik invers dari variabel independent

4. Menentukan koefisien jalur, tujuannya adalah mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel independent terhadap variabel dependent
5. Menghitung  $R^2_{y(x_1 \dots x_k)}$  yang merupakan koefisien determinasi total
6. Menghitung koefisien jalur variabel residu
7. Uji keberartian model secara keseluruhan menggunakan uji F
8. Uji keberartian koefisien jalur secara individu menggunakan uji-t.

Adapun formula *Path Analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat Diagram Jalur



**Gambar 3.3**

**Diagram jalur**

2. Menghitung Koefisien Jalur ( $\beta$ )

$$\rho_{yx_i} = b_{yx_i} \sqrt{\frac{\sum_{h=1}^n X_{th}^2}{\sum_{h=1}^n Y_{th}^2}}; 1, 2, \dots, k$$

Dimana  $b_{yx_i}$  dapat ditentukan melalui



$$b_{yx_i} = \sum_{h=1}^n C_{ij} \cdot \sum_{h=1}^n X_{jh} Y_h ; i = 1, 2, \dots, k \quad (\text{Sitepu, 1994: 15})$$

Keterangan:

$\rho_{yx_i}$  = Koefisiensi jalur dari variabel  $X_i$  terhadap variabel  $Y$

$b_{yx_i}$  = Koefisiensi regresi dari variabel  $X_i$  terhadap variabel  $Y$

### 3. Menghitung Koefisien Korelasi (R)

$$\rho_{YX_i} = \frac{-CR_{yx_i}}{CR_{yy}} ; i = 1, 2, \dots, k \quad (\text{Sitepu, 1994 : 18})$$

Keterangan:

$\rho_{YX_i}$  = Koefisien jalur dari variabel  $X_i$  terhadap  $Y$

$CR_{yx_i}$  = Unsur atau elemen pada baris ke-y dan kolom ke- $x_i$  dari matriks invers korelasi

$CR_{yy}$  = Unsur atau elemen pada baris ke-y dan kolom ke-y dari matriks invers korelasi

Besarnya  $r$  menunjukkan hubungan antara  $X$  dan  $Y$ , sedangkan pengaruh yang terjadi diukur oleh  $r^2$  (koefisien determinasi) yang dapat dihitung dengan rumus:  $Kd = r^2 \times 100\%$

### 4. Menghitung Faktor Residu ( $\epsilon$ )

Sedangkan pengaruh variabel lainnya atau faktor residu/sisa dapat ditentukan melalui:

$$\rho_{y\epsilon_i} = \sqrt{1 - R^2_{y_i, x_1, x_2, \dots, x_k}} \quad (\text{Sitepu, 1994: 23})$$

$$\text{dimana } R^2_{y|x_1x_2\dots x_k} = \sum_{i=1}^k \rho_{yx_i} r_{yx_i}$$

Untuk lebih jelasnya factor residu/sisa dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.5**  
**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel Bebas (Independen)**  
**Terhadap Variabel Terikat (Dependen)**

No	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Besarnya Pengaruh
1	Harga (X <sub>1</sub> )	X <sub>1</sub> Terhadap Y (ρ <sub>yx<sub>1</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>1</sub></sub> )		A
			X <sub>1</sub> → X <sub>2</sub> → Y (ρ <sub>yx<sub>1</sub></sub> ) (r <sub>x<sub>1</sub>x<sub>2</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>2</sub></sub> )	B
			X <sub>1</sub> → X <sub>3</sub> → Y (ρ <sub>yx<sub>1</sub></sub> ) (r <sub>x<sub>1</sub>x<sub>3</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>3</sub></sub> )	C
	Total Pengaruh X <sub>1</sub> Terhadap Y = (A + B + C)			D
2	Citra Perusahaan (X <sub>2</sub> )	X <sub>1</sub> Terhadap Y (ρ <sub>yx<sub>2</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>2</sub></sub> )		E
			X <sub>2</sub> → X <sub>1</sub> → Y (ρ <sub>yx<sub>2</sub></sub> ) (r <sub>x<sub>2</sub>x<sub>1</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>1</sub></sub> )	F
			X <sub>2</sub> → X <sub>3</sub> → Y (ρ <sub>yx<sub>2</sub></sub> ) (r <sub>x<sub>2</sub>x<sub>3</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>3</sub></sub> )	G
	Total Pengaruh X <sub>2</sub> Terhadap Y = (E + F + G)			H
3	Promosi (X <sub>3</sub> )	X <sub>3</sub> Terhadap Y (ρ <sub>yx<sub>3</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>3</sub></sub> )		I
			X <sub>3</sub> → X <sub>1</sub> → Y (ρ <sub>yx<sub>3</sub></sub> ) (r <sub>x<sub>3</sub>x<sub>1</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>1</sub></sub> )	J
			X <sub>3</sub> → X <sub>2</sub> → Y (ρ <sub>yx<sub>3</sub></sub> ) (r <sub>x<sub>3</sub>x<sub>2</sub></sub> ) (ρ <sub>yx<sub>2</sub></sub> )	K
	Total Pengaruh X <sub>3</sub> Terhadap Y = (I + J + K)			L
	Total Pengaruh X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , X <sub>3</sub> Terhadap D + H + L			M
Pengaruh Faktor Lain 100% - M			N	

### 3.4.5 Pengujian Hipotesis

Tahap-tahap pengujian hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Penetapan Hipotesis Operasional

##### a. Secara simultan

$H_0: \rho = 0$  Secara simultan harga, citra perusahaan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

$H_a: \rho \neq 0$  Secara simultan harga, citra perusahaan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat

##### b. Secara parsial

$H_{01}: \rho = 0$  Secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

$H_{a1}: \rho \neq 0$  Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

$H_{02}: \rho = 0$  Secara parsial citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

$H_{a2}: \rho \neq 0$  Secara parsial citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

$H_{03}: \rho = 0$  Secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

$H_{a3}: \rho \neq 0$  Secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Objek Wisata Awit Sinar Alam Darajat.

## 2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf nyata atau taraf kesalahan atau tingkat signifikansi =  $\alpha = 0,05 = 5\%$  adalah taraf signifikansi yang biasa dipakai untuk penelitian social.

Tingkat keyakinan = Confidence Level =  $100\% - 5\% = 95\%$

## 3. Kriteria atau Kaidah Keputusan

### a. Secara Simultan

Jika signifikansi  $F < (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika signifikansi  $F > (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

### b. Secara Parsial

Jika signifikansi  $t < (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika signifikansi  $t > (\alpha = 0,05)$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

## 4. Penarikan kesimpulan

Berdasarkan analisis tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan hipotesis diterima atau ditolak.

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 17 dan *Microsoft Office Excel 2013*.