

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menguraikan fakta-fakta dan informasi yang diperoleh dilapangan, baik langsung maupun tidak langsung dan membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti, menguji hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang dipecahkan. Penelitian ini bukan hanya mendiskripsikan fakta-fakta tetapi juga melakukan uji hipotesa untuk melihat hubungan antar variabel, maka penelitian ini menggunakan desain peneleitian penjelasan (*explanatory research/confirmatory research*).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) metode kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan digeneralisasikan. Jika pendapat diatas dikaitkan dengan pelaksanaan penelitian. Penelitian ini menganalisa mengenai pengaruh *City Branding* dan *City Image* (variabel independen) terhadap keputusan berkunjung/ belajar agama (variabel dependen) di pondok pesantren Kabupaten Jombang.

Populasi dan sampelnya adalah pengunjung wisata Makam Gusdur Kabupaten Jombang, skala pengukuran menggunakan skala Likert metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi, kuisioner dan observasi. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dan pengujian uji hipotesa dengan uji t.

### **3.2 Obyek dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di pondok pesantren yang mewakili (Tebuireng, Tambak Beras, Denanyar, Darul Ulum) Kabupaten Jombang

Sedangkan Obyek penelitian yang menjadi independent variable atau variabel bebas (X) yaitu *City Branding* (X1) dan *City Image* (X2). Selanjutnya yang menjadi independent variabel atau variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian/berkunjung (Y)

### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2012) adalah sebagai berikut : “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen

### 3.3.1 Definisi Operasional

#### 1. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2012) Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain :

##### A. *City Branding* (X1)

Anholt (2007) mendefinisikan *City branding* sebagai manajemen citra suatu destinasi melalui inofasi strategis serta koordinasi ekonomi, komersial, sosia, lkultural, dan peraturan pemerintah. Dalam penelitian ini, *City Branding* adalah suatu pemasaran Kota yang dilakukan oleh Kota Jombang dengan pendekatan strategi *branding hexagon* untuk mempromosikan Kota Jombang dengan menonjolkan ciri khas dan keunggulan Kota Jombang guna menarik minat pengunjung untuk belajar Agama

Indikator variabel *City Branding* dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Chaerani (2011), Bidriatul Jannah *et, al* (2014), Lita Ayu Wandari *et, al* (2014) yaitu dengan pendekatan *City Branding Hexagon* diciptakan oleh simon anholt (2000) untuk mengukur efektivitas *City Branding* yaitu sebagai berikut:

- a). *Presence* (kehadiran)
- b). *Place* (tempat)
- c). *Potential* (potensi)

- d). *Pulse* (semangat)
- e). *People* (orang)
- f). *Prerequisite* (prasyarat)

### **B. *City Image* (X2)**

Citra merepresentasikan generalisasi sederhana dari banyaknya asosiasi informasi yang kuat terkait dengan tempat tersebut (Kotler, 2003: 30). Dalam penelitian ini, *City Image* sebagai sejumlah kepercayaan dan kesan yang terkait dengan destinasi wisata Kabupaten Jombang.

Indikator variabel *City Image* dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Chaerani (2011), Bidriatul Jannah *et al* (2014), Lita AyuWandari *et al* (2014) yaitu sebagai berikut :

- a). Kognitif
- b). Afektif.
- c). Konatif

## **2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat**

Pengertian variabel dependen menurut Sugiyono (2012) “Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas)”.

### **A. Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut Kotler dan Armstrong (2004), proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk dapat digambarkan dalam bentuk proses kegiatan pembelian dengan tahapan sebagai berikut: Penelitian yang dilakukan oleh , Bidriatul Jannah *at al* (2014), Lita AyuWandari *at al*

(2014) setiap keputusan pembelian/ berkunjung mempunyai sebanyak tujuh komponenyaitu sebagai berikut :

- a). Keputusan tentang jenis produk
- b). Keputusan tentang bentuk produk
- c). Keputusan tentang merek
- d). Keputusan tentang penjualannya
- e). Keputusan tentang jumlah produk
- f). Keputusan tentang waktu pembelian
- g). Keputusan tentang cara pembayaran

### 1.3.2 Instrumen Penelitian

Berikut ini tabel yang memperjelas variabel-variabel penelitian :

Tabel 3.1  
Instrumen Penelitian

Variabel	<i>City Branding</i> (Simon Anholt,2000)	
Dimensi	Indikator	Item
1.Presence	Keakraban mengenal Kota	1.Saya menegenal Jombang karena banyak pondok pesantren.
	Keakraban mengenal icon Kota	2.Jombang dikenal dengan <i>icon</i> Ringin Contong
	Keakraban mengenal organisasi Kota	3.Jombang dikenal Lahirnya NU (Nadhatul Ulama)
	Kota menjadi tempat pertemuan	4.Jombang pernah menjadi tuan rumah Muktamar NU ke-33
	Lahirnya Toko Nasional	5.Jombang di kenal Tempat Lahirnya President Ke 4 KH. Abdurahman Wahid

Sumber: Data Diolah ,tahun 2017

Tabel lanjutan 3.1

<i>2. Place</i>	Lokasi strategis	6 .Jombang Kabupaten yang strategis dekat dengan kabupaten mojokerto,kediri,nganjuk dan lamogan
	Tata Kota	7 .Tata kota Kabupaten Jombang semakin Indah
	Tempat hiburan	8.Jombang menarik sebagai tempat rekreasi
	Fisik Bangunan	9.Daya tarik dari segi fisik terletak pada banyaknya pondok pesantren
	kebudayaan lokal	10.Jombang terkenal dengan acara Kenduri Durian yang berada di kec Wonosalam
<i>3. Potential</i>	Peluang keahlian di bidang tertentu	11. Jombang memberikan peluang pendidikan agama untuk mendapat pekerjaan yang baik jika memiliki keahlian tertentu
	Peluang membuka Tempat belajar	12. Jombang merupakan Lokasi yang bagus untuk membuka pondok pesantren
	Tempat belajar Agama	13. Jombang tempat yang baik untuk belajar agama di pondok pesantren
<i>4. Pulse</i>	Keadaan Masyarat	14. Masyarakat Jombang memiki gaya religius
	Pengetahuan agama	15. Mudah mendapatkan pengetahuan Agama di Kabupaten Jombang
	Tinggal di kota	16. Jombang menarik untuk dikunjungi dalam jangka Pendek
	Lama tinggal di kota	17. Kabupaten Jombang Menarik sebagai tempat untuk menetap dalam jangka panjang
<i>5. People</i>	Sikap penduduk	18. Penduduk Jombang ramah
	Keakraban penduduk	19. Mudah masuk kedalam komunitas penduduk Jombang untuk berbagi pengetahuan budaya(bahasa,kesenian dll)
	Keamanan di Masyarakat	20. Saya merasa aman berada di Kabupaten Jombang

Sumber: Data Diolah ,tahun 2017

Tabel Lanjutan 3.1

6. <i>Prerequisites</i>	Kenyamanan tinggal di kota	21. Saya suka tinggal di Jombang
	Kemudahan menemukan kebutuhan pokok	22. Mudah menemukan kebutuhan pokok
	Kemudahan menemukan transportasi	23. Mudah mendapatkan transportasi di Jombang
	Kemudahan fasilitas olahraga	24. Jombang memiliki fasilitas olahraga
	Kemudahan fasilitas kesehatan	25. Mudah mendapatkan pelayanan kesehatan di Jombang
	Kemudahan fasilitas pendidikan	26. Mudah menemukan gedung pendidikan di Jombang

Tabel 3.1  
Instrumen Penelitian

Variabel	<i>City Image</i> (Chaerani,2011)	
Dimensi	Indikator	Item
1. <i>Kognitif</i>	Pengetahuan tentang Kota	1. Mengetahui bahwa Jombang memiliki tempat yang bisa di nikmati belajar agama sesuai dengan <i>tagline</i> “Kota Santri”
	Kepercayaan tentang ciri khas kota	2. Mempercayai bahwa <i>tagline</i> “Kota santri” dapat mencerminkan ciri khas Kabupaten Jombang, sesuai potensi yang dimiliki
	Kepercayaan tentang daya tarik Kota	3. Saya meyakini bahwa Kabupaten Jombang memiliki daya tarik untuk dikunjungi sesuai dengan <i>tagline</i> “Kota Santri”
2. <i>Afektif</i>	Tingkat kesukaan suasana kota	4. <i>Image</i> Kabupaten Jombang “Kota Santri” mencerminkan suasana yang bersahabat dan religi.
	Tingkat kesukaan karakter kota	5. Saya menyukai <i>Image</i> “Kota Santri” karena sesuai dengan karakter Kabupaten Jombang.
	Tingkat kesukaan akan kondisi Kota	6. Saya menyukai <i>branding</i> “Kota Santri” karena sesuai dengan kondisinya.

Sumber: Data Diolah ,tahun 2017

Tabel lanjutan 3.1

3. Konatif	Sikap akan harapan di kota	7.Citra “Kota Santri”sesuai harapan ketika berada di Jombang
	Kesesuain cerminan kota	8.Citra “Kota Santri” mencerminkan keseluruhan kualitas Jombang
	Potensi pesantren di kota	9.Citra “Kota Santri”sesuai dengan citra kota yang memiliki banyak potensi dari pondok pesantren
	Potensi kebudayaan di kota	10.Citra “Kota Santri”sesuai dengan citra kota yang memiliki banyak potensi dari kebudayaannya
Variabel	Keputusan Belajar Agama (Kottler dan Keller 2012)	
Dimensi	Indikator	Item
Pengambilan Keputusan	Pengambilan Keputusan tentang Kota	1. Saya mempertimbangkan bentuk pondok pesantren apa yang ada di Jombang sebelum untuk memutuskan belajar Agama
	Pengambilan Keputusan tentang akses di kota	2. Akses yang mudah menjadi pertimbangan saya untuk belajar agama di pondok pesantren Kabupaten Jombang
	Pengambilan Keputusan citra sebuah kota	3. Citra Kota yang dimiliki Jombang sebagai kota religi dan toleran menjadi pertimbangan saya untuk belajar agama di pondok pesantren di Kabupaten Jombang
	Pengambilan Keputusan tentang biaya sebuah kota	4. Harga atau biaya pondok pesantren menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan belajar agama di Kabupaten Jombang
	Pengambilan Keputusan tentang tinggal di sebuah kota	5. Menjadi santri di Jombang menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan berapa lama saya belajar agama di pondok pesantren
	Pengambilan Keputusan tentang waktu berkunjung	6. Saya berkunjung kapan saja yang saya inginkan
	Pengambilan Keputusan tentang fasilitas sebuah kota	7. Banyaknya fasilitas pembayaran di Jombang menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan belajar agama di pondok pesantren Kabupaten Jombang

Sumber: Data Diolah, tahun 2017



### 3.3.3 Pengukuran Variabel Penelitian

Skala pengukur data untuk mengetahui pengaruh *City branding* dan *City image* terhadap keputusan berkunjung dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang mana skala ini menurut Sugiyono (2014) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

Dalam penelitian ini menyajikan pernyataan atau angket menggunakan skala Likert yang berhubungan dengan pernyataan sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, penting-tidak penting dan lain-lain. Skala Likert menjadi rentang penelitian mulai dari yang paling negative ke positif untuk menganalisa tingkat kinerja, harapan maupun kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skala Linkert**

Jenis Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Data Primer : Malhotra, 2009

## 3.4 Populasi dan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Di dalam penelitian ini, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang

merupakan elemen – elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengambil keputusan untuk mrnguji hipotesis. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat- sifatnya. Dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu.

Menurut (Sugiyono.2012) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yaitu wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran merupakan populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan peneliti. Jadi, apabila sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah santri yang datang belajar agama di Ponpes Tebuireng , Bahrul Ulum Tambak Beras, Mamba,ul Ma'arif Denanyar, Darul ulum Rejoso

### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki

oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono,2014).

### **Teknik Sampling**

Teknik sampling Merupakan teknik pengambilan Sampel yang secara umum terbagi dua yaitu probability sampling dan probability sampling.

Dalam pengambilan sampel cara probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subjek di ketahui. Sedangkan dalam pengambilan Sampel dengan cara nonprobability besarnya peluang elemen untuk di tentukan sampel tidak di ketahui. Menurut Sekaran (2006), desain pengambilan sampel dengan cara probabilitas jika representasi sampel adalah penting dalam rangka generalisasi lebih luas. Bila waktu atau faktor lainnya, dan masalah generalisasi tidak diper;ikan, maka cara nonprobability yang di gunakan.

#### 1. Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Teknik ini meliputi simpel *random sampling*, sistemastis *random proportioate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *Clustur sampling*

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan

teknik Proportionate Stratified Random sampling. Teknik ini Hampir sama dengan Simple random sampling namun penentuan sampelnya memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

Populasi santri berjumlah 6.700. Dengan rumus Slovin dan tingkat kesalahan 5% diperoleh besar sampel adalah 95. Populasi sendiri terbagi ke dalam 4 bagian (Ponpes Tebuireng, Denanyar, Tambak Beras, Rejoso ) yang masing-masing berjumlah :

Tabel 3.3  
Jumlah santri baru 2017

No	Pondok Pesantren	Jumlah santri baru 2017
1	Tebuireng	1000
2	Mabaul Ma'arif Denanyar	2000
3	Bahrul Ulum Tambak Beras	1500
4	Darul Ulum Rejoso	2200

Sumber: Data Diolah ,tahun 2017

Maka jumlah sampel yang diambil berdasarkan masing- masing bagian tersebut ditentukan kembali dengan rumus  $n = (\text{populasikelas} / \text{jumlah populasi keseluruhan}) \times \text{jumlah yang di tentukan}$

Tabel 3.4  
Populasi dan sampel pondok pesantren

No	Pondok Pesantren	(Populasi PP/ Jumlah populasi keseluruhan ) X Jumlah Sampel	Hasil Sampel setiap Pondok
1	Tebuireng	$1000 / 6700 \times 95$	14
2	Mabaul Ma'arif Denanyar	$2000 / 6700 \times 95$	29
3	Bahrul Ulum Tambak Beras	$1500 / 6700 \times 95$	21
4	Darul Ulum Rejoso	$2200 / 6700 \times 95$	31
Total Jumlah Sampel			95

Sumber: Data Diolah, tahun 2017

Sehingga dari keseluruhan sample pondok pesantren adalah  $14 + 29 + 21 + 31, = 95$  sampel. Dalam penelitian ini Sampel adalah 95

### **3.5 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Jenis data yang diambil dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang berbentuk angka, yang diangkakan (skoring) seperti yang terdapat dalam skala pengukuran. Dalam penelitian ini data kuantitatif yang digunakan adalah data hasil jawaban responden mengenai variabel *city branding* dan *city image* serta keputusan berkunjung.

#### **3.5.2 Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan dari sumber berikut :

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012) yang menyatakan bahwa : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Pengertian dari data sekunder menurut Sugiyono (2012) adalah ”Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder antara lain disajikan dalam bentuk data-data,

dokumen, tabel-tabel mengenai topik penelitian. Data ini merupakan data yang berhubungan secara langsung dengan penelitian yang dilaksanakan dan bersumber dari arsip yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Tebuireng, Denanyar, Tamabak Beras dan Rejoso

### **3.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan dan komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Sanusi, 2011).

Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan langsung pada Pondok Pesantren Tebuireng, Denanyar, Tamabak Beras dan Rejoso

#### 2. Angket (kuesioner)

Menurut Sugiyono (2008:) “Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab”

#### 3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006) “Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip,

buku, surat kabar, majalah, notulen, rapot, agenda dan sebagainya”. Metode dokumentasi ini dimaksudkan untuk memperoleh data berdasarkan sumber data yang ada diperusahaan yang terkait dengan penelitian.

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013), hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Untuk melakukan uji validitas digunakan korelasi *product moment*. Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu. (Arikunto, 2010).

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto (2010:213), sebagai berikut :

---

Keterangan :                    = Koefisien korelasi antara x dan y

X                                    = Skor yang diperoleh subyek dari keseluruhan item

$Y$  = Skor total yang diperoleh subyek dari keseluruhan item

$\Sigma X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\Sigma Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$n$  = Banyaknya responden

Kesesuaian nilai diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsuktasikan dengan tabel nilai regresi moment dengan korelasi harga lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrument tersebut valid dan jika lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

Syarat tersebut menurut Sugiyono (2009) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- Jika  $r \geq 0,30$ , maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- Jika  $r \leq 0,30$ , maka item-item pernyataan dari kuesioner tidak valid.

Tabel 3.5  
Uji Validitas

Variabel		CITY BRANDING			
	Item	Person correlation (R hitung)	R kritis	sig Kritis	Keterangan
<b>Presence</b>					
X1.1.1	Saya menegenal Jombang karena banyak pondok pesantren.	0,928	0.30	0,05	Valid
X1.1.2	Jombang dikenal dengan <i>icon</i> Ringin Contong	0,898	0.30	0,05	Valid
X1.1.3	Jombang dikenal Lahirnya NU (Nadhatul Ulama)	0,864	0.30	0,05	Valid
X1.1.4	Jombang pernah menjadi tuan rumah Muktamar NU ke-33	0,884	0.30	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017



Tabel 3.5 Lanjutan

x1.1.5	Jombang di kenal Tempat Lahirnya President Ke 4 KH. Abdurahman Wahid	0,861	0.30	0,05	Valid
<b>Place</b>					
x1.2.6	Jombang Kabupaten yang strategis dekat dengan kabupaten mojokerto, kediri, nganjuk dan lamongan	0,878	0.30	0,05	Valid
x1.2.7	Tata kota Kabupaten Jombang semakin Indah	0,882	0.30	0,05	Valid
x1.2.8	Jombang menarik sebagai tempat rekreasi	0,892	0.30	0,05	Valid
x1.2.9	Daya tarik dari segi fisik terletak pada banyaknya pondok pesantren	0,797	0.30	0,05	Valid
x1.2.10	Jombang terkenal dengan acara Kenduri Durian yang berada di kec Wonosalam	0,841	0.30	0,05	Valid
<b>Potential</b>					
x1.3.11	Jombang memberikan peluang pendidikan agama untuk mendapat pekerjaan yang baik jika memiliki keahlian tertentu	0,892	0.30	0,05	Valid
x1.3.12	Jombang merupakan Lokasi yang bagus untuk membuka pondok pesantren	0,834	0.30	0,05	Valid
x1.3.13	Jombang tempat yang baik untuk belajar agama di pondok pesantren	0,832	0.30	0,05	Valid
<b>Pulse</b>					
x1.4.14	Masyarakat Jombang memiliki gaya religius	0,881	0.30	0,05	Valid
x1.4.15	Mudah mendapatkan pengetahuan Agama di Kabupaten Jombang	0,861	0.30	0,05	Valid
x1.4.16	Jombang menarik untuk dikunjungi dalam jangka Pendek	0,879	0.30	0,05	Valid
x1.4.17	Kabupaten Jombang Menarik sebagai tempat untuk menetap dalam jangka panjang	0,872	0.30	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017

Tabel 3.5 Lanjutan

<b>People</b>					
X1.5.18	Penduduk Jombang ramah	0,776	0.30	0,05	Valid
X1.5.19	Mudah masuk kedalam komunitas penduduk Jombang untuk berbagi pengetahuan budaya(bahasa,kesenian dll)	0,587	0.30	0,05	Valid
X1.5.20	Saya merasa aman berada di Kabupaten Jombang	0,638	0.30	0,05	Valid
<b>Prerequisites</b>					
X1.6.21	Saya suka tinggal di Jombang	0,854	0.30	0,05	Valid
X1.6.22	Mudah menemukan kebutuhan pokok	0,847	0.30	0,05	Valid
X1.6.23	Mudah mendapatkan transportasi di Jombang	0,917	0.30	0,05	Valid
X1.6.24	Jombang memiliki fasilitas olahraga	0,865	0.30	0,05	Valid
X1.6.25	Mudah mendapatkan pelayanan kesehatan di Jombang	0,827	0.30	0,05	Valid
X1.6.26	Mudah menemukan gedung pendidikan di Jombang	0,861	0.30	0,05	Valid

Tabel Uji Validitas 3.5

<b>Variabel</b>		<b>CITY IMAGE</b>			
	<b>Item</b>	<b>Person correlation (R hitung)</b>	<b>R kritis</b>	<b>sig Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kognitif</b>					
X2.1.1	Mengetahui bahwa Jombang memiliki tempat yang bisa di nikmati belajar agama sesuai dengan <i>tagline</i> "Kota Santri"	0,775	0.30	0,05	Valid
X2.1.2	Mempercayai bahwa <i>tagline</i> "Kota santri" dapat mencerminkan ciri khas Kabupaten Jombang, sesuai potensi yang dimiliki	0.782	0.30	0,05	Valid
X2.1.3	Saya meyakini bahwa Kabupaten Jombang memiliki daya tarik untuk dikunjungi sesuai dengan <i>tagline</i> "Kota Santri"	0.809	0.30	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017

Tabel 3.5 lanjutan

<b>Afektif</b>					
x2.2.4	Citra Kabupaten Jombang “Kota Santri” mencerminkan suasana yang bersahabat dan religi.	0.815	0.30	0,05	Valid
x2.2.5	Saya menyukai Image “Kota Santri” karena sesuai dengan karakter Kabupaten Jombang.	0,936	0.30	0,05	Valid
x2.2.6	Saya menyukai <i>branding</i> “Kota Santri” karena sesuai dengan kondisinya.	0,912	0.30	0,05	Valid
<b>Konatif</b>					
x2.3.7	Citra “Kota Santri” sesuai harapan ketika berada di Jombang	0,883	0.30	0,05	Valid
x2.3.8	Citra “Kota Santri” mencerminkan keseluruhan kualitas Jombang	0,887	0.30	0,05	Valid
x2.3.9	Citra “Kota Santri” sesuai dengan citra kota yang memiliki banyak potensi dari pondok pesantren	0,916	0.30	0,05	Valid
x2.3.10	Citra “Kota Santri” sesuai dengan citra kota yang memiliki banyak potensi dari kebudayaannya	0,933	0.30	0,05	Valid

Tabel Uji Validitas 3.5

<b>Variabel</b>		<b>Keputusan Belajar Agama</b>			
	<b>Item</b>	<b>Person correlation (R hitung)</b>	<b>R kritis</b>	<b>sig Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Pengambilan Keputusan</b>					
Y1.1	Saya mempertimbangkan bentuk pondok pesantren apa yang ada di Jombang sebelum untuk memutuskan belajar Agama	0.883	0.30	0,05	Valid
Y1.2	Akses yang mudah menjadi pertimbangan saya untuk belajar agama di pondok pesantren Kabupaten Jombang	0.887	0.30	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017

Tabel Lanjutan 3.5

Y1.3	Citra Kota yang dimiliki Jombang sebagai kota religi dan toleran menjadi pertimbangan saya untuk belajar agama di pondok pesantren di Kabupaten Jombang	0.916	0.30	0,05	Valid
Y1.4	Harga atau biaya pondok pesantren menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan belajar agama di Kabupaten Jombang	0.933	0.30	0,05	Valid
Y1.5	Menjadi santri di Jombang menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan berapa lama saya belajar agama di pondok pesantren	0.891	0.30	0,05	Valid
Y1.6	Saya berkunjung kapan saja yang saya inginkan	0.901	0.30	0,05	Valid
Y1.7	Banyaknya fasilitas pembayaran di Jombang menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan belajar agama di pondok pesantren Kabupaten Jombang	0.867	0.30	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila data sesuai dengan kenyataan, maka beberapa kalipun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu (Arikunto, 2010).

Dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas instrumen digunakan rumus Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliable atau handal apabila nilai Alpha ( $\alpha$ )  $>0,600$ .

Rumus Alpha (Arikunto, 2010 : 239) sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum R_i^2}{N \cdot \sum X^2} \right)$$

Dimana :

$\alpha$  = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum R_i^2$  = Jumlah varian butir

$\sum X^2$  = Varian total

Indikator pengukuran reliabilitas yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

1. 0,8 – 1,0 = Reliabilitas baik
2. 0,6 – 0,799 = Reliabilitas diterima
3.  $< 0,6$  = Reliabilitas kurang baik

Tabel 3.6  
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standart Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>City Branding</i> (X1)	<i>Presence</i>		
	0,930	0,60	Reliabel
	<i>Place</i>		
	0,907	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017

Tabel Lanjutan 3.6

	<i>Potential</i>		
	0,813	0,60	Reliabel
	<i>Pulse</i>		
	0,893	0,60	Reliabel
	<i>People</i>		
	0,832	0,60	Reliabel
	<i>Prerequisites</i>		
<i>City Image (X2)</i>	<i>Kognitif</i>		
	0,693	0,60	Reliabel
	<i>Afektif</i>		
	0,867	0,60	Reliabel
	<i>Konatif</i>		
	0,932	0,60	Reliabel
Keputusan belajar Agama (Y)	<i>Pengambilan Keputusan</i>		
	0,788	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah (SPSS 16), tahun 2017

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

---

$$= \frac{0,8}{1}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- 1,9 – 2,6 = Buruk
- 2,7 – 3,4 = Cukup
- 3,5 – 4,2 = Baik
- 4,3 – 5,0 = Sangat Baik
- Sumber : (Sudjana, 2005)

### 3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data regresi linear berganda, model ini merupakan model regresi linear berganda dimana untuk mengetahui persamaan regresi *city branding* dan *city image* terhadap keputusan berkunjung wisata Makam Gusdur di Kabupaten Jombang.

Menurut Sugiono (2013: 277) Bahwa :

“Analisa regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen*, bila lebih variabel *Independen* sebagai faktor prediktor dimanipulasi ( di anik turunkan nilainya). Jadi analisa regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennyavminimal 2”

Menurut sugiono (2013:277) persamaan regresi linier berganda yang di tetapkan adalah sebagai berikut :

Keterangan:

= Keputusan Berkunjung wisatawan

= Koefisien Konstanta

= Koefisien regresi

= *City Branding*

= *City Image*

= Error, variabel gangguan

### 3.7.3 Uji Hipotesis

#### 1. Uji T

Uji t disebut juga sebagai uji signifikan individual (Amirullah, 2015). Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh *city branding* dan *city image* sebagai variabel independen secara parsial terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

a) Bentuk pengujiannya adalah :

$H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya suatu variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ , artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

b) Kriteria pengambilan keputusan :

Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_1$  diterima



#### 3.7.4 Uji Adjusted $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Menurut Ghozali (2012) koefisien determinasi (*Adjusted  $R^2$* ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi (*Adjusted  $R^2$* ) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar persentase kemampuan variabel independen mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependennya. Semakin besar koefisien determinasi (*Adjusted  $R^2$* ), maka semakin besar pula sumbangan variabel bebas terhadap variasi variabel terikat, sehingga dapat dianggap bahwa model dapat diterima dan dapat digunakan dalam penelitian. Sebaliknya koefisien determinasi (*Adjusted  $R^2$* ) semakin kecil berarti model yang digunakan semakin lemah untuk menerangkan variasi variabel terikatnya. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted  $R^2$* ) ini dapat diketahui besarnya pengaruh variabel lain diluar model.

