

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan masalah penelitian, hipotesis berdasarkan permasalahan dalam penelitian, variabel-variabel penelitian yang akan diteliti, populasi dan sampel penelitian, desain penelitian, instrumen penelitian, dan prosedur penelitian.

#### **3.1. Masalah penelitian**

##### **3.1.1. Masalah Umum**

Masalah penelitian yang ingin dilihat dalam penelitian ini adalah:

“Apakah ada hubungan antara faktor-faktor motivasi pendorong dengan faktor-faktor motivasi penarik pada *backpacker*?”

##### **3.1.2. Masalah Khusus**

“Apakah ada hubungan positif yang signifikan antara faktor-faktor motivasi pendorong dengan faktor-faktor motivasi penarik pada *backpacker*?”

#### **3.2. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis Alternatif (Ha): Ada hubungan yang signifikan antara faktor-faktor motivasi pendorong dengan faktor-faktor motivasi penarik pada *backpacker*.

Hipotesis Null (Ho): Tidak ada hubungan yang signifikan antara faktor-faktor motivasi pendorong dengan faktor-faktor motivasi penarik pada *backpacker*.

#### **3.3. Variabel Penelitian**

##### **3.3.1. Variabel Pertama : Faktor-Faktor Motivasi Pendorong**

###### **3.3.1.1. Definisi Konseptual**

Variabel pertama dalam penelitian ini adalah faktor-faktor motivasi pendorong dalam kegiatan wisata. Faktor pendorong dalam kegiatan wisata adalah motivasi intrinsik, motivasi sosio-psikologis yang mempengaruhi individu dalam berwisata.

###### **3.3.1.2. Definisi Operasional**

Definisi operasional dari variabel ini yaitu skor total setiap dimensi yang diperoleh pada alat ukur faktor-faktor motivasi pendorong. Alat ukur ini dibuat oleh peneliti berdasarkan definisi konseptual dan komponen penyusun faktor-faktor motivasi pendorong yang dikemukakan oleh Crompton (1979), yaitu keluar dari lingkungan

rutin dan membosankan, eksplorasi dan evaluasi diri, relaksasi, prestise, nostalgia, peningkatan hubungan kekeluargaan, dan fasilitasi dari interaksi sosial.

Setiap *item* dalam alat ukur ini memiliki enam alternatif jawaban mulai dari sangat tidak sesuai hingga sangat sesuai. Penilaian berdasarkan jawaban partisipan yang disesuaikan dengan skor tiap jawaban. Seluruh nilai dari *item* alat ukur ini kemudian akan dijumlahkan untuk mendapatkan skor total.

### **3.3.2. Variabel Kedua : Faktor-Faktor Motivasi Penarik**

#### **3.3.2.1. Definisi Konseptual**

Variabel kedua dalam penelitian ini adalah faktor-faktor motivasi penarik dalam kegiatan wisata. Faktor-faktor motivasi penarik dalam kegiatan wisata adalah hal-hal yang menarik individu pada sebuah tempat tujuan wisata yang spesifik setelah keputusan untuk berwisata dibuat.

#### **3.3.2.2. Definisi Operasional**

Definisi operasional dari variabel ini yaitu skor total setiap dimensi yang diperoleh pada alat ukur faktor penarik. Alat ukur ini dibuat oleh peneliti berdasarkan definisi konseptual dan komponen penyusun faktor penarik yang dikemukakan oleh Crompton (1979), yaitu *novelty* dan *education*. Selain itu, peneliti juga menambahkan lima dimensi faktor-faktor motivasi penarik yang dikemukakan dalam Awaritefe (2004) yaitu *static factors*, *dynamic factors*, *current decision*, *commercial* dan *information/advertisement*. Setiap *item* dalam alat ukur ini memiliki enam alternatif jawaban mulai dari sangat tidak sesuai hingga sangat sesuai. Penilaian didasarkan pada jawaban partisipan yang disesuaikan dengan skor tiap jawaban. Seluruh nilai dari *item* alat ukur ini kemudian akan dijumlahkan untuk mendapatkan skor total.

### **3.4. Tipe dan Desain Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain *non experimental* dimana dalam penelitian tidak dilakukan manipulasi terhadap variabel pertama, dilakukan dalam situasi alamiah, bukan dalam situasi terkontrol (Seniati, Yulianto, dan Setiadi, 2005). Kerlinger dan Lee (2000) juga menyebutkan bahwa desain penelitian dimana variabel bebas penelitian tidak dimanipulasi karena merupakan sesuatu yang sudah terjadi termasuk dalam penelitian *field studies*. Dalam penelitian *non-experimental* peneliti hanya melakukan pengamatan terhadap fenomena yang terjadi dan berusaha mencari tahu penyebab mengapa fenomena tersebut terjadi tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian dan mengasumsikan penyebab telah muncul/ terjadi (Kumar, 1996).

### 3.5. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang pernah melakukan *backpacking*. Namun, populasi dalam penelitian ini jumlahnya sangat besar sehingga tidak memungkinkan untuk mengambil data dari populasi yang ada. Sampel yang dipilih oleh peneliti adalah wisatawan yang pernah melakukan *backpacking* dan bergabung dalam komunitas *backpacker* ataupun tidak bergabung dengan komunitas *backpacker*.

#### 3.5.1. Karakteristik Partisipan

Karakteristik partisipan dalam penelitian ini adalah :

1. Wisatawan yang pernah melakukan *backpacking*.  
*Backpacker* adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang secara mandiri mengorganisasikan perjalanan mereka pada sebuah perjalanan panjang dengan banyak tujuan tempat wisata dengan rencana perjalanan yang juga fleksibel, dan mempunyai anggaran terbatas selama kegiatan wisata tersebut.
2. Berusia dewasa, yaitu dewasa muda  
Papalia, Old, dan Feldman (2007), menyebutkan usia dewasa muda berada dalam rentang usia 20 sampai 40 tahun. Usia dewasa dipilih karena pada usia ini individu telah mempunyai kemampuan untuk berfikir abstrak dan individu pada usia dewasa diharapkan memiliki kemampuan untuk melakukan evaluasi dan penilaian terhadap hidup.
3. Memiliki penghasilan  
Individu secara mandiri memiliki kemampuan finansial juga secara mandiri dalam menentukan kegiatan dan cara berwisatanya.
4. Pendidikan Minimal SMA  
Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang mengandalkan kemampuan membaca dan menulis, oleh karena itu diharapkan individu memiliki kemampuan membaca dan menulis.

### 3.5.2. Teknik Pemilihan Sampel

Sampel adalah mengambil bagian dari populasi sebagai representasi dari populasi tersebut (Kerlinger dan Lee, 2000). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Metode ini digunakan karena jumlah populasi tidak diketahui atau sulit untuk diidentifikasi satu persatu (Kumar, 1996). Desain yang digunakan adalah untuk memilih sampel adalah *incidental sampling*. *Incidental sampling* digunakan dalam pengambilan sampel dimana sampel yang diambil adalah yang paling memungkinkan (Guilford & Fruchter, 1978). Peneliti hanya memberikan kuesioner kepada orang-orang yang sesuai dengan kriteria partisipan yang telah ditetapkan peneliti dan bersedia mengikuti penelitian.

### 3.5.3 Jumlah Partisipan

Guilford dan Fruchter (1978) menyebutkan jumlah sampel yang dibutuhkan untuk mendapatkan penyebaran skor yang mendekati penyebaran normal minimal 30 orang. Namun, peneliti berusaha mendapatkan sebanyak mungkin sampel agar semakin mendekati populasi, dan sampel bisa merepresentasikan populasi yang dituju.

Dalam penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak mungkin untuk mendapatkan hasil penelitian yang semakin akurat. Estimasi kuesioner yang akan diolah diperkirakan 100 buah.

### 3.6. Alat Pengumpulan Data

Dua alat ukur digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu alat ukur faktor-faktor motivasi pendorong dan faktor-faktor penarik. Alat ukur faktor-faktor motivasi pendorong dan faktor-faktor motivasi penarik disusun berdasarkan definisi konseptual dari literatur dan hasil penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner karena metode kuesioner merupakan pilihan yang tepat untuk menjaga anonimitas karena topik penelitian merupakan isu yang sensitif (Kumar, 1996).

Kedua alat ukur menggunakan skala tipe *likert*. Skala *likert* dipilih karena dalam skala ini partisipan tidak terbatas pada pemilihan jawaban sesuai-tidak sesuai, melainkan juga dapat memberikan kepastian tingkat kesesuaian pilihan jawaban pada *item*. Dengan menggunakan skala *likert*, *item* ditampilkan sebagai kalimat pernyataan dan diikuti oleh pilihan respon yang mengindikasikan tingkat kesesuaian atau dukungan terhadap pernyataan *item*.

Skala sikap pada kedua alat ukur ini terdiri dari 6 skala yaitu skala Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Agak Tidak Sesuai (ATS), Agak Sesuai (AS), Sesuai

(S), dan Sangat Sesuai (SS). Pilihan jawaban tersebut menyediakan kesempatan adanya gradasi jawaban sehingga partisipan dapat memberikan respon yang lebih bervariasi dalam rentang tertentu. Selain itu, skala 1-6 dipilih agar partisipan tidak cenderung untuk selalu memilih nilai tengah dan memilih respon yang cenderung ke satu arah tertentu. Kedua alat ukur dijadikan dalam satu kuesioner. Kuesioner lengkap dapat dilihat di lampiran 1.

### 3.6.1. Alat Ukur Faktor Pendorong

Alat ukur faktor pendorong disusun oleh peneliti berdasarkan teori faktor-faktor motivasi pendorong menurut Crompton (1979). Faktor-faktor yang mendorong seseorang dalam berpergian terdiri dari dimensi keluar dari lingkungan yang membosankan, eksplorasi dan evaluasi diri, prestise, nostalgia, peningkatan hubungan keluarga, dan fasilitasi interaksi sosial. Penelitian ini memfokuskan diri pada wisata *backpacking*. *Item-item* yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi tersebut berjumlah 50 buah.

Berikut kisi-kisi *item* sebelum uji coba:

**Tabel 3.2. Tabel Kisi-kisi Alat Ukur Faktor Pendorong Sebelum Uji Coba**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator perilaku dan nomor <i>item</i></b>	<b>Jumlah <i>Item</i></b>	<b>Contoh <i>item</i></b>
Keluar dari lingkungan rutin dan membosankan	Berwisata untuk melepaskan diri dari lingkungan sehari-hari. <b>No. <i>item</i> : 1, 2, 3, 17, 18, 19, 27, 28, 29, 35, 36, 42, 46.</b>	13	Ingin pergi ke suatu tempat yang berbeda dari suasana tempat kerja (35)
Eksplorasi dan evaluasi diri	Individu termotivasi untuk berlibur karena ingin mendapatkan kesempatan untuk mengevaluasi dan menemukan sesuatu yang lebih pada diri. <b>No. <i>item</i> : 4, 5, 6, 20, 21, 22, 30, 37, 43.</b>	9	Bisa lebih mengenal diri sendiri (6)
Relaksasi	Individu melakukan relaksasi keadaan mental ataupun relaksasi secara fisik. <b>No. <i>item</i>: 7, 9, 23, 31, 38, 44, 47 50.</b>	8	Ingin memulihkan kondisi tubuh (23)
Prestise	Motivasi untuk berwisata sebagai bagian dari gaya hidup dan merupakan sebuah simbol gaya hidup kelas atas <b>No. <i>item</i>: 10, 11, 24, 32.</b>	4	Berwisata bisa menciptakan kebanggaan terhadap diri (24)
Nostalgia	Motivasi kegiatan wisata untuk melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan tersebut kadang kekanakan, tidak rasional, dan lebih pada pengingatan saat remaja atau saat kecil atau nostalgia masa lalu <b>No. <i>item</i>: 8, 12, 14, 39, 40.</b>	5	Ingin mengenang pengalaman saat masa kecil (12)

Peningkatan hubungan kekeluargaan	Dengan melakukan wisata terjadi peningkatan hubungan kekeluargaan hal ini terjadi karena keluarga berkumpul bersama <b>No. item: 13, 25, 33, 45, 48, 49.</b>	6	Dapat memperkuat hubungan dengan keluarga (13)
Fasilitasi dari interaksi sosial	Kegiatan wisata sebagai sarana yang memberikan kesempatan bertemu dengan orang-orang baru di berbagai tempat <b>No. item: 15, 16, 26, 34, 41.</b>	5	Ingin berinteraksi dengan banyak orang (26)

### 3.6.2. Alat Ukur Faktor Penarik

Alat ukur faktor penarik disusun oleh peneliti berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Crompton (1979) terdiri dari dimensi *novelty* dan *education*. Peneliti menambahkan lima dimensi yang terdapat dalam penelitian Awaritefe (2004), yaitu *static factors*, *dynamic factors*, *current decision*, *commercial* dan *information/advertisement*. *Item-item* yang disusun berjumlah 21.

Berikut ini tabel kisi-kisi alat ukur faktor penarik sebelum uji coba:

**Tabel 3.3. Tabel Kisi-kisi Alat Ukur Faktor Penarik Sebelum Uji Coba**

Dimensi	Indikator perilaku dan nomor <i>item</i>	Jumlah <i>item</i>	Contoh <i>item</i>
<i>Novelty</i>	Berwisata karena keingintahuan individu tentang tempat tujuan wisata yang mereka pilih. <b>No. item: 1, 3, 5, 7.</b>	4	Dapat memuaskan keingintahuan saya akan tempat-tempat yang dikunjungi. (1)
<i>Education</i>	Berwisata karena tertarik akan kebudayaan etnis lain. <b>No. item: 2, 4, 6, 8.</b>	4	Menambah pengetahuan tentang hal-hal yang menarik minat saya. (6)
<i>Static factors</i>	Individu tertarik berpergian ke tempat wisata tertentu karena faktor yang tetap atau tidak berubah dari tempat wisata. <b>No. item: 14, 19, 20.</b>	2	Lokasi wisata yang strategis (14)
<i>Dynamic factors</i>	Individu tertarik datang ke tempat wisata karena adanya faktor-faktor yang disesuaikan dengan keadaan tempat wisata itu sendiri sehingga dapat berubah-ubah sesuai dengan situasi. <b>No. item : 9, 21.</b>	3	Pelayanan yang baik (41)
<i>Current decision</i>	Individu tertarik oleh faktor yang masih berlaku saat itu dari tempat tujuan wisata. <b>No. item: 12, 13, 15.</b>	3	Sesuai dengan anggaran yang telah disiapkan.(12)
<i>Commercial</i>	Individu tertarik untuk berpergian ke suatu tempat wisata karena souvenir yang ditawarkan. <b>No. item: 11, 16, 18.</b>	3	Terdapat pusat kerajinan tangan (16)

<i>Information/ advertisement</i>	Individu tertarik untuk datang ke tempat wisata tertentu karena promosi dari media massa dan atau rekomendasi dari keluarga atau teman individu tersebut. <b>No. item: 10, 17.</b>	2	Rekomendasi dari teman/ keluarga (17)
---------------------------------------	---	---	---------------------------------------

### 3.6.3. Data Diri Partisipan

Kuesioner dilengkapi dengan data yang harus diisi oleh partisipan, yaitu:

1. Jenis kelamin, diperlukan untuk melihat penyebaran partisipan penelitian berdasarkan jenis kelaminnya.
2. Usia, diperlukan untuk mengelompokkan partisipan berdasarkan tahap perkembangannya.
3. Pendidikan terakhir, digunakan untuk mengetahui tingkat pendidikan partisipan dan sebagai data tambahan.
4. Status pernikahan diperlukan untuk mengetahui status partisipan dan sebagai data tambahan.
5. Pekerjaan, untuk mengetahui status pekerjaan partisipan.
6. Pengeluaran per bulan, diperlukan untuk mengetahui dan mengelompokkan partisipan berdasarkan tingkat ekonominya.

## 3.7. Prosedur Penelitian

### 3.7.1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan melengkapi teori yang akan digunakan dalam penelitian ini sambil mempersiapkan alat ukur. Kemudian peneliti menyusun alat ukur faktor-faktor pendorong berdasarkan teori faktor-faktor motivasi pendorong yang dikemukakan oleh Crompton (1979). Untuk alat ukur faktor-faktor motivasi penarik, berdasarkan dimensi-dimensi faktor penarik yang dikemukakan oleh Crompton (1979), ditambah dengan faktor-faktor motivasi penarik yang dikemukakan dalam penelitian Awaritefe (2004).

### 3.7.2. Tahap Uji Coba Alat Ukur

Setelah peneliti merampungkan *item-item* yang menyusun kedua alat ukur, peneliti melakukan uji coba. Berikut ini akan dijelaskan mengenai uji coba alat ukur.

### 3.7.2.1. Uji Keterbacaan dan *Expert Judgement*

Alat ukur faktor pendorong sebelumnya berjumlah 50 *item* sedangkan alat ukur faktor penarik berjumlah 21 *item*. Untuk itu peneliti melakukan uji keterbacaan bersamaan dengan *pilot study*. Hasil dari uji keterbacaan dan *pilot study* terdapat pernyataan-pernyataan dalam *item* yang sulit untuk dipahami. Calon partisipan menanyakan maksud dari pernyataan yang tertera karena kurang mengerti atau maksud dalam pernyataan berbeda dengan pengertian partisipan. Selain itu, terdapat pernyataan yang tidak jelas atau kurang berhubungan dengan topik penelitian (topik wisata) dan beberapa pernyataan terkesan berulang dan membingungkan partisipan sehingga dipertimbangkan untuk dibuang atau direvisi.

Setelah melakukan uji keterbacaan, peneliti juga melakukan *expert judgement* kepada salah satu staf pengajar Bagian Psikologi Sosial pada tanggal 13 April 2009. Penjelasan hasil uji keterbacaan dan *expert judgement* akan dijelaskan bersama dengan hasil *try out*.

### 3.7.2.2. Pilot (*Try Out*)

Peneliti melakukan *try out* alat ukur pada tanggal 19–29 April 2009 dengan partisipan berjumlah 42 orang. Setelah *try out*, peneliti melakukan penghitungan statistik untuk mengetahui reliabilitas, validitas alat ukur, dan analisis *item*.

Metode penghitungan reliabilitas dengan menggunakan sebuah tes tunggal (*single administration test/ single trial test*) berdasarkan konsistensi jawaban *item* terhadap semua jawaban dalam konstruk atau dikenal dengan *internal consistency* (Cohen dan Swerdlik, 2005). Penghitungan reliabilitas menggunakan koefisien alpha, hal ini dilakukan karena pilihan jawaban dalam *item* tidak dianggap benar atau salah dan pilihan jawaban merupakan kontinum yang menyatakan ketidaksesuaian sampai kesesuaian diri partisipan terhadap pernyataan dalam *item* (Kaplan & Saccuzzo, 2005).

Dalam tes juga dilakukan penghitungan *internal consistency*, seperti yang telah disebutkan penghitungan ini menggunakan kriteria skor total tes itu sendiri (Anastasi dan Urbina, 1997) atau dengan kata lain kriteria tidak berasal dari luar tes. Dari *internal consistency* ini juga terlihat homogenitas suatu tes, seperti yang disebutkan oleh Anastasi dan Urbina (1997) bahwa pada beberapa tes intelegensi skor-skor subtes dikorelasikan dengan skor subtotal, ketika korelasinya terlalu rendah, subtes tersebut dihilangkan. Korelasi subtes dengan skor total yang tinggi merupakan *internal consistency* dari seluruh tes. Anastasi dan Urbina (1997) menyimpulkan bahwa derajat homogenitas tersebut mempunyai relevansi dengan validitas konstruk, maka dalam penelitian ini *internal*



*consistency* juga digunakan untuk mengukur validitas *item*. *Internal consistency* atau *item-total correlation* dihitung dengan mengkorelasikan skor tiap *item* dengan skor total. Nilai validitas yang dianggap memadai sehingga *item* dapat digunakan adalah lebih besar dari 0,2 (Cronbach, 1960). Metode ini juga dipakai dalam analisis *item*. Salah satu tujuan analisis *item* adalah untuk menghasilkan *item* yang berfungsi dengan baik sesuai tujuan tes. Dan analisis *item* yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif (dengan penghitungan statistik) dan *item-item* dianggap valid jika mampu membedakan penempuh tes yang berada dalam kelompok yang berbeda (Anastasi dan Urbina, 1997). Berikut hasil *try out* untuk setiap alat ukur

#### a. Alat ukur faktor-faktor motivasi pendorong

Peneliti menghitung nilai koefisien alpha dari setiap dimensi faktor-faktor pendorong. Koefisien alpha setiap faktor atau dimensi lebih besar dari 0,660. Nilai alpha tersebut dianggap sebagai nilai reliabilitas yang baik, karena menurut Nunnally (1978), nilai reliabilitas antara 0,5 atau 0,6 dapat diterima untuk kebanyakan penelitian. Dapat juga disimpulkan bahwa *item-item* pada setiap dimensi faktor pendorong bersifat homogen dan mengukur hal yang sama.

Validitas *item* faktor-faktor motivasi pendorong berdasarkan kriteria internal (*internal consistency*) dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing *item* tiap dimensi dengan skor total dimensi tersebut. *Item* dengan nilai korelasi kurang dari 0,2 (Cronbach, 1960) akan direvisi atau dieliminasi. Selain itu, *item* yang memiliki nilai *Cronbach's alpha if item deleted* lebih besar dari nilai koefisien alpha akan dieliminasi atau direvisi, hal ini bertujuan meningkatkan reliabilitas alat ukur faktor pendorong. Berikut ini tabel perhitungan reliabilitas dan analisis *item* alat ukur faktor pendorong berdasarkan nilai validitasnya:

Berdasarkan hasil analisis *item*, peneliti mengeliminasi 1 *item* yaitu nomor 18 karena memiliki nilai validitas internal kurang dari 0,2 dan jika *item* dihapus dapat meningkatkan reliabilitas alat ukur faktor pendorong. Dan berdasarkan analisis kualitatif dengan mempertimbangkan *expert judgement* dan uji keterbacaan, peneliti hanya menggunakan tiga *item* dari setiap dimensi untuk mewakili tiap dimensi alat ukur faktor pendorong. Pemilihan tiga *item* tersebut berdasarkan nilai validitas internal tertinggi dari setiap dimensi.

## b. Alat ukur faktor-faktor motivasi penarik

Koefisien alpha setiap faktor atau dimensi motivasi penarik lebih besar dari 0,507, disebutkan dalam Nunnally (1978), nilai reliabilitas antara 0,5 atau 0,6 dapat diterima untuk kebanyakan penelitian, maka berdasarkan ketentuan tersebut 7 dimensi alat ukur faktor-faktor motivasi penarik yang disusun peneliti memiliki reliabilitas yang baik yaitu di atas 0,5 dan setiap *item* pada setiap dimensi faktor penarik bersifat homogen dan mengukur hal yang sama. Namun dari hasil penghitungan terdapat 2 dimensi yaitu 4 dan 7 mempunyai *Cronbach's alpha if item deleted* bernilai negatif. Maka berdasarkan *expert judgement* kedua dimensi tersebut tidak akan dimasukkan dalam penghitungan hasil, tetapi masih dimasukkan dalam kuesioner dengan tujuan melihat gambaran pemilihan partisipan pada item tersebut.

Validitas *item* faktor-faktor motivasi pendorong berdasarkan kriteria internal (*internal consistency*) dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing *item* tiap dimensi dengan skor total dimensi tersebut. *Item* dengan nilai korelasi kurang dari 0,2 (Cronbach, 1960) akan direvisi atau dieliminasi. Selain itu, *item* yang memiliki nilai *Cronbach's alpha if item deleted* lebih besar dari nilai koefisien alpha akan dieliminasi atau direvisi, hal ini bertujuan meningkatkan reliabilitas alat ukur faktor pendorong. Berikut ini tabel perhitungan reliabilitas dan analisis *item* alat ukur faktor pendorong berdasarkan nilai validitasnya:

Setelah peneliti melakukan analisis kualitatif dengan mempertimbangkan *expert judgement* dan uji keterbacaan, peneliti hanya menggunakan tiga *item* dari setiap dimensi untuk mewakili tiap dimensi alat ukur faktor penarik. Peneliti memilih tiga *item* yang memiliki nilai validitas internal tertinggi dari setiap dimensi.

### 3.7.3. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 5-18 Mei 2009. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan dua cara yaitu melalui komunitas *backpacker* dengan wadah *mailing list*, melalui situs pertemanan yang dapat diakses oleh komunitas anggota komunitas *backpacker* dan dititipkan kepada beberapa orang yang mengetahui partisipan yang sesuai dengan karakteristik. Maka sebanyak 120 kuesioner diberikan kepada partisipan dengan karakteristik yang sesuai. Dari 120 kuesioner yang tersebut, 107 dikembalikan. Namun terdapat 11 kuesioner yang tidak dapat diolah lebih lanjut, 5 diantaranya dikarenakan partisipan masih kuliah dan belum bekerja, 7 kuesioner tidak memenuhi kriteria usia

dewasa muda (partisipasi berusia dibawah usia dewasa muda). Pada akhirnya jumlah kuesioner yang lengkap dan dapat diolah sebanyak 95 buah.

#### 3.7.4. Tahap Pengolahan Data

Setelah semua kuesioner terkumpul, peneliti melakukan perhitungan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Perhitungan statistik yang dilakukan menggunakan SPSS 10.0. Teknik statistik yang digunakan untuk mengolah data antara lain:

1. Statistik deskriptif

Digunakan untuk mengetahui *mean*, frekuensi, dan persentase partisipan berdasarkan data partisipan.

2. Korelasi *canonical*

Perhitungan korelasi *canonical* digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara banyak *independent variabel* dengan banyak *dependent variabel*.

3. t-test

Digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan mean antara dua kelompok.

4. *Analysis of Variance* (ANOVA) satu arah

Perhitungan ANOVA satu arah digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *variance* antara dua variabel atau lebih.