

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis ini meneliti mengenai Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Berkunjung di objek wisata air terjun sedudo. Penelitian ini menggunakan dua variabel. Menurut (U. Sekaran, 2003) variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependent dan variabel independent.

Variabel bebas (dependen) dalam penelitian ini adalah *Online Customer Review* (X) yang terdiri dari *Valence* ( $X_1$ ), *Volume* ( $X_2$ ), *Recentness* ( $X_3$ ), dan *Length* ( $X_4$ ) (Ibrahim & Mamdouh, 2022). Sedangkan variabel terikat (independen) adalah Keputusan Berkunjung (Y) yang terdiri dari *product choice* ( $Y_1$ ), *brand choice* ( $Y_2$ ), *dealer choice* ( $Y_3$ ), *purchase timing* ( $Y_4$ ), dan *purchase amount* ( $Y_5$ ) (P Kotler et al., 2017).

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo setelah melihat ulasan dari *google review*. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu yaitu bulan april/mei tahun 2023. Malhotra et al., (2017) menyatakan bahwa survei yang bersifat *cross sectional study* merupakan pengumpulan informasi dari sejumlah populasi yang telah ditentukan sebelumnya atau disebut dengan sampel.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Dalam mewujudkan tujuan penelitian, peneliti terlebih dahulu perlu menentukan jenis penelitian beserta variabel-variabel yang diteliti, oleh karena itu penelitian ini digolongkan pada jenis penelitian deskriptif verifikatif. (Uma Sekaran & Bougie, 2016) megemukakan penelitian mempunyai beberapa jenis biasanya dapat berupa eksplorasi (*explanatory*), deskriptif atau uji hipotesis, hal ini disesuaikan pada tingkat pengetahuan mengenai pokok penelitian yang telah ada. Adapun jenis penelitian ini

yaitu penelitian dengan jenis deskriptif verifikatif (pengujian hipotesisi) melalui pengumpulan data di lapangan. Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada dan sedang berlangsung, dengan cara mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada.

Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang terperinci mengenai *Online Customer Review* pada Objek Wisata Air Terjun Sedudo dan gambaran mengenai Keputusan Berkunjung. Sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah yang dilakukan Pengelola Objek Wisata Air Terjun Sedudo dalam meningkatkan *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

Metode penelitian dibuat untuk membantu peneliti merancang instrumen penelitian, alur penelitian, kepada siapa penelitian ini ditujukan, juga analisis statistik dalam mencari jawaban dari rumusan masalah hingga akhirnya dapat dibuat suatu kesimpulan dari penelitian.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian (Lambert, 2006). Variabel yang dikaji dan di analisis dalam penelitian ini meliputi *Online Customer Review* (X) yang terdiri dari yang terdiri dari *Valence* (X1), *Volume* (X2), *Recentness* (X3), dan *Length* (X4). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah Keputusan Berkunjung (Y) yang terdiri dari *Product Choice*, *Brand Choice*, *Dealer choice*, *Purchase Timing* dan *Purchase Amount*. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
<i>Online Customer Review</i>	<i>Online customer review</i> adalah opini langsung dari seseorang dan bukanlah iklan yang mengacu pada konten yang diposting oleh pengguna secara online atau di situs web pihak ketiga. (Fauzi & Lina, 2021).					
	<i>Valence</i>	Sebuah ulasan bersifat positif atau negatif.	<i>Positive valence</i>	Ulasan positif meningkatkan ketertarikan pada objek wisata Air Terjun Sedudo	Ordinal	1
				Banyaknya ulasan positif yang diberikan oleh <i>reviewer</i> lain pada air terjun sedudo membuat saya lebih yakin untuk berkunjung	Ordinal	2
			<i>Negative valence</i>	Ulasan negatif menurunkan ketertarikan pada objek wisata air terjun sedudo	Ordinal	3
				Banyaknya ulasan negative yang diberikan oleh <i>reviewer</i> lain pada air terjun sedudo membuat saya memilih alternatif wisata lain	Ordinal	4
	<i>Volume</i>	Banyaknya ulasan terhadap suatu produk atau jasa	<i>Number of review</i>	Jumlah ulasan air terjun sedudo di <i>google review</i> banyak	Ordinal	5

Bimo Priyoyudho, 2023

*Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisatawan (Survei pada Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk yang berkunjung berdasarkan Google Review)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Banyaknya ulasan mengindikasikan air terjun sedudo sebagai destinasi yang populer	Ordinal	6
			Banyaknya jumlah foto yang disematkan pada ulasan air terjun sedudo membantu saya mendapatkan gambaran mengenai objek wisata	Ordinal	7
<b><i>Recentness</i></b>	Kemuthakiran yang mengacu pada tanggal diberikannya ulasan apakah baru atau sudah lama.	<i>Recent and old post date</i>	Ulasan terbaru membuat saya mendapatkan informasi terkini tentang air terjun sedudo.	Ordinal	8
			Ulasan yang sudah lama membuat saya mengetahui perkembangan objek wisata air terjun sedudo.	Ordinal	9
			Ulasan yang selalu muncul setiap bulan mengindikasikan bahwa objek wisata air terjun sedudo sering dikunjungi.	Ordinal	10
<b><i>Length</i></b>	Berdasarkan jumlah karakter	<i>Source credibility</i>	Ulasan yang panjang (lebih dari 2	Ordinal	11

	yang ditulis dalam sebuah ulasan online.	paragraf) membuat saya mendapatkan informasi yang lebih lengkap.		
		Ulasan yang panjang (lebih dari 2 paragraf) membuat saya mendapatkan informasi yang lebih terpercaya.	Ordinal	12
		Ulasan yang panjang (lebih dari 2 paragraf) membuat saya mendapatkan informasi yang lebih dapat diandalkan.	Ordinal	13
<b>Keputusan Berkunjung</b>	Keputusan Berkunjung adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap dan pengetahuan seseorang untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Yeung, Brookes, & Altinay, 2016).			
<b>Product Choice</b>	Konsumen dapat mengambil keputusan untuk memilih sebuah produk serta alternatif yang mereka pilih dan pertimbangan dari suatu produk.	Dari beberapa alternatif pilihan objek wisata, saya memilih objek wisata air terjun karena fasilitas dan atraksi yang ditawarkan.	Ordinal	14
		Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun dibandingkan alternatif wisata lainnya karena	Ordinal	15

		fasilitas yang ditawarkan		
<b>Brand Choice</b>	Keputusan konsumen dalam menentukan merek yang akan dipilih berdasarkan perbedaan-perbedaan yang dimiliki merek tersebut dengan merek lainnya.	Dari beberapa objek wisata air terjun di kabupaten Nganjuk, saya memilih objek wisata Air Terjun Sedudo karena lebih populer.	Ordinal	16
		Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo dibandingkan Objek wisata air terjun lain karena lebih menarik.	Ordinal	17
<b>Dealer Choice</b>	Pengambilan keputusan konsumen terkait cara dan sarana yang akan mereka gunakan dalam membeli suatu produk atau jasa.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo dikarenakan terdapat beberapa pilihan penyalur pembayaran pembelian tiket ( <i>cashless</i> ).	Ordinal	18
		Adanya beberapa pilihan penyalur pembelian tiket pada objek wisata Air Terjun Sedudo.	Ordinal	19
<b>Purchase Timing</b>	Keputusan konsumen dalam menentukan waktu pembelian, berdasarkan	Saya lebih cenderung mengunjungi objek wisata Air Terjun Sedudo di hari libur /	Ordinal	20

	kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut.	tanggal merah / <i>weekend</i> .		
		Saya dapat menyesuaikan waktu kunjungan dengan bebas karena Objek wisata Air Terjun Sedudo buka hampir setiap hari.	Ordinal	21
<b><i>Purchase Amount</i></b>	Keputusan konsumen dalam menentukan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli.	Adanya perbedaan harga tiket dewasa dan anak kecil (lebih murah) mendorong saya untuk memutuskan berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo	Ordinal	22
		Ketersediaan tiket yang banyak mendorong saya memutuskan untuk berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo.	Ordinal	23

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data diperoleh melalui suatu proses yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai suatu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode-metode tertentu (Silalahi, 2015). Sumber data ialah subjek darimana data diperoleh. Sumber data yang diperlukan dalam

penelitian ini dikelompokkan menjadi dua kelompok data yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer, data primer ialah data yang dikumpulkan oleh pelaksana riset dan digunakan sebagai bahan masukan riset yang diselenggarakan. Hasil pengumpulan data primer lebih akurat bila penelitian dilakukan terhadap seluruh objek penelitian (populasi), namun pengumpulan data primer lebih banyak dilakukan dengan survei sampel, yaitu sebagian dari seluruh objek yang diteliti.
2. Data Sekunder, data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari dua sumber yaitu dari dalam dan luar perusahaan. Sumber dari dalam diantaranya seperti laporan hasil penjualan, pendapatan, dan sebagainya. Sedangkan dari luar perusahaan dapat dikumpulkan secara langsung melalui internet dan sumber-sumber lainnya yang bersangkutan.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti menggunakan kedua jenis sumber data dalam penelitian ini. Jabaran data tersebut digambarkan dalam Tabel 3.2 berikut.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Tanggapan wisatawan mengenai <i>online customer review</i> pada objek wisata air terjun sedudo.	Primer	Penyebaran kuesioner pada wisatawan yang mengunjungi objek wisata sedudo setelah melihat <i>google review</i>
2.	Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun sedudo.	Primer	Penyebaran kuesioner pada wisatawan yang mengunjungi objek wisata sedudo setelah melihat <i>google review</i>



3.	Data kunjungan wisatawan Nusantara	Sekunder	Databoks	
4.	Data kunjungan ke Kabupaten Nganjuk	Sekunder	Dinas Kabupaten Nganjuk	Porabudpar
5.	Data kunjungan objek wisata Air Tejun Sedudo	Sekunder	Dinas Kabupaten Nganjuk	Porabudpar

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data adalah langkah utama dalam mengetahui karakteristik dan populasi yang merupakan elemen-elemen penting dalam objek penelitian. (Uma Sekaran & Bougie, 2016) mengatakan bahwa populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitas atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata air terjun sedudo pada tahun terakhir yaitu tahun 2022 sejumlah 23.044 wisatawan (Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk, 2023).

#### 3.2.4.2 Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Sampel adalah bagian dari populasi (Uma Sekaran & Bougie, 2016). Sampel yang baik, yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi, adalah sampel yang bersifat representatif atau dapat menggambarkan karakteristik populasi.

Melihat pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Untuk menentukan sampel dari

populasi perlu melakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan pengukuran sampel dari (Tabachnick & Fidell, 2013), yaitu sebagai berikut

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

**Keterangan :  $m$  = jumlah variabel**

**$N$  = jumlah sampel**

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 5$$

$$N \geq 109$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian adalah 109 dan dibulatkan menjadi **110 responden**.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Untuk mendapat dan menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, maka digunakan teknik sampling. Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan diri kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

1. *Probability Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*.

2. *Nonprobability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling*, dan *quota sampling*.

Masalah yang diteliti dalam penelitian adalah Keputusan Berkunjung, sehingga populasi yang dapat menjadi sampel adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Objek Wisata Air Terjun Sedudo. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yaitu proses pengambilan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan sampel yang kebetulan ditemui dengan peneliti, kemudian responden yang dirasa cocok dijadikan sebagai sumber (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini peneliti membuat QR Code yang dapat mengakses kuisisioner pada kuisisioner yang telah dibuat. QR Code tersebut diletakkan di dekat meja ticketing dimana peneliti membuat keterangan “Wisatawan silahkan mengisi kuisisioner ini” dan peneliti bekerjasama dengan penjaga loket objek wisata Air Terjun Sedudo untuk dapat mengarahkan wisatawan yang berkunjung agar dapat melakukan pengisian kuisisioner.

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan dalam mendapatkan data untuk kepentingan penelitian melalui alat-alat pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Banyaknya data yang terkumpul dapat menguji kebenaran hipotesis. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat didapat dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan, khususnya yang menyangkut *Online Customer Review* dan dampaknya terhadap keputusan berkunjung. Sumber

informasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Objek Wisata Air Terjun Sedudo.

## 2. Observasi

Observasi merupakan aktivitas dari suatu proses atau objek dengan maksud merasakan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi dalam penelitian ini akan dilakukan pada para wisatawan yang pernah mengunjungi Objek Wisata Air Terjun Sedudo.

## 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis untuk diberikan kepada responden. Cara melakukan teknik kuisisioner yaitu, buat terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan, sebarkan kuisisioner secara langsung maupun *online*, dan terakhir lakukan pengodingan dari hasil kuisisioner yang didapatkan. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, *Online Customer Review* dan keputusan berkunjung.

## 4. Studi literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu keputusan berkunjung. Penggunaan teknik ini dapat memperkuat penelitian yang dilakukan karena didukung oleh beberapa orang/ahli yang sudah melakukan penelitian sebelumnya.

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian, maka penulis mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel 3.3 berikut

**TABEL 3.3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Wisatawan yang pernah mengunjungi Objek Wisata Air Terjun Sedudo setelah melihat <i>google review</i> .
2.	Observasi	Objek Wisata Air Terjun Sedudo dan juga pengelola.
3.	Kuesioner	Wisatawan yang pernah mengunjungi Objek Wisata Air Terjun Sedudo setelah melihat <i>google review</i> .
4.	Studi Literatur	Buku dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data diperoleh dari responden melalui kuisisioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *online customer review* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap Keputusan berkunjung. (Y). Validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan. Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuisisioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut (Uma Sekaran & Bougie, 2016) Validitas adalah tes tentang seberapa baik instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada

dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasar fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Keterangan :

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum x$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum xy$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y
- $\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$
2. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut valid
3. Jika  $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument *online customer review* sebagai variabel X dan keputusan berkunjung sebagai variabel Y. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti yang diajukan kepada responden penelitian :

Bimo Priyoyudho, 2023

*Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisatawan (Survei pada Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk yang berkunjung berdasarkan Google Review)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No.	Pertanyaan	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keterangan
<b>Online Customer Review</b>				
<b>Valence (X<sub>1</sub>)</b>				
1.	Ulasan positif meningkatkan ketertarikan saya pada objek wisata Air Terjun sedudo	0,811	0,360	<i>Valid</i>
2.	Banyaknya ulasan positif yang diberikan oleh <i>reviewer</i> lain pada objek wisata Air Terjun Sedudo membuat saya lebih yakin untuk berkunjung	0,459	0,360	<i>Valid</i>
3.	Ulasan negatif menurunkan ketertarikan saya untuk mengunjungi objek wisata Air Terjun Sedudo	0,756	0,360	<i>Valid</i>
4.	Banyaknya ulasan negatif yang diberikan oleh <i>reviewer</i> lain pada objek wisata Air Terjun Sedudo membuat saya memilih alternatif wisata lain	0,849	0,360	<i>Valid</i>
<b>Volume (X<sub>2</sub>)</b>				
5.	Jumlah ulasan objek wisata Air Terjun Sedudo pada <i>google review</i> banyak	0,834	0,360	<i>Valid</i>
6.	Banyaknya ulasan mengindikasikan bahwa objek wisata Air Terjun Sedudo sebagai destinasi yang populer	0,875	0,360	<i>Valid</i>
7.	Banyaknya jumlah foto yang disematkan pada ulasan membantu saya mendapatkan gambaran mengenai objek wisata Air Terjun Sedudo	0,703	0,360	<i>Valid</i>
<b>Recentness (X<sub>3</sub>)</b>				
8.	Ulasan terbaru membuat saya mendapatkan informasi terkini tentang objek wisata Air Terjun Sedudo	0,890	0,360	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

9.	Ulasan yang sudah lama membuat saya mengetahui perkembangan objek wisata Air Terjun Sedudo	0,742	0,360	<i>Valid</i>
10.	Ulasan yang selalu muncul tiap bulan mengindikasikan bahwa objek wisata Air Terjun Sedudo sering dikunjungi	0,891	0,360	<i>Valid</i>
<b><i>Length (X<sub>4</sub>)</i></b>				
11.	Ulasan yang panjang (lebih dari 2 paragraf) membuat saya mendapat informasi yang lebih lengkap.	0,864	0,360	<i>Valid</i>
12.	Ulasan yang panjang (lebih dari 2 paragraf) membuat saya mendapat informasi yang dapat lebih dipercaya.	0,763	0,360	<i>Valid</i>
13.	Ulasan yang panjang (lebih dari 2 paragraf) membuat saya mendapat informasi yang lebih dapat diandalkan.	0,902	0,360	<i>Valid</i>
<b>Keputusan Berkunjung</b>				
14.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun dibandingkan alternatif wisata lainnya karena kualitas atraksi (bermain air, melihat pemandangan, berswafoto dll) yang ditawarkan	0,895	0,360	<i>Valid</i>
15.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun dibandingkan alternatif wisata lainnya karena fasilitas yang ditawarkan	0,617	0,360	<i>Valid</i>
16.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo dibandingkan Objek wisata air terjun lain karena lebih populer	0,829	0,360	<i>Valid</i>
17.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo dibandingkan Objek wisata air terjun lain karena lebih menarik	0,655	0,360	<i>Valid</i>
18.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo dikarenakan terdapat beberapa pilihan penyalur pembayaran pembelian tiket ( <i>cashless</i> )	0,485	0,360	<i>Valid</i>



19.	Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo dikarenakan terdapat beberapa pilihan penyalur pembelian tiket	0,462	0,360	<i>Valid</i>
20.	Saya lebih cenderung mengunjungi objek wisata Air Terjun Sedudo di hari libur / tanggal merah / <i>weekend</i>	0,466	0,360	<i>Valid</i>
21.	Saya dapat menyesuaikan waktu kunjungan dengan bebas karena Objek wisata Air Terjun Sedudo buka hampir setiap hari	0,784	0,360	<i>Valid</i>
22.	Adanya perbedaan harga tiket dewasa dan anak kecil (lebih murah) mendorong saya untuk memutuskan berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo	0,735	0,360	<i>Valid</i>
23.	Ketersediaan tiket yang banyak mendorong saya memutuskan untuk berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun Sedudo	0,745	0,360	<i>Valid</i>

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas pada 13 item pernyataan untuk variabel *online customer review* menunjukkan item – item pernyataan dalam kuesioner valid, dikarenakan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  (0,360). Item pernyataan tertinggi pada *online customer review* yaitu “Ulasan yang panjang (lebih dari 2 paragraf) membuat saya mendapat informasi yang lebih dapat diandalkan.” dengan nilai 0,902 serta item pernyataan terendah yaitu “Banyaknya ulasan postif yang diberikan oleh *reviewer* lain pada objek wista Air Terjun Sedudo membuat saya lebih yakin untuk berkunjung” dengan nilai 0,459.

Begitupun untuk item pernyataan pada variabel keputusan berkunjung, dari 10 item pernyataan semuanya menunjukkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,360) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dan dapat dipakai dalam penelitian ini. Item pernyataan tertinggi yaitu “Saya memutuskan berkunjung ke Objek Wisata Air Terjun dibandingkan alternatif wisata lainnya karena kualitas atraksi (bermain air, melihat pemandangan, berswafoto dll) yang ditawarkan” dengan nilai 0,895 dan item pernyataan terendah yaitu “Saya memutuskan berkunjung ke Objek

Wisata Air Terjun Sedudo dikarenakan terdapat beberapa pilihan penyalur pembelian tiket” dengan nilai 0,462.

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

(Malhotra & Birks, 2007) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama Sedangkan (Uma Sekaran & Bougie, 2016) menyatakan bahwa reliabilitas adalah pengujian mengenai seberapa konsisten alat ukur untuk mengukur konsep apapun yang diukurnya.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrument pertanyaan kuisisioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Menurut (Uma Sekaran & Bougie, 2016) *Cronbach's alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Semakin dekat *Cronbach's alpha* dengan 1, semakin tinggi kendalan konsistensi internal.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : (Uma Sekaran & Bougie, 2016)

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pernyataan

$\sigma t^2$  = varians total

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir tiap pernyataan

Jumlah varian butir tiap pernyataan dapat dicari dengan cara mencari nilai  $\sum \sigma$  2 varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

Bimo Priyoyudho, 2023

*Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisatawan (Survei pada Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sedudo Kabupaten Nganjuk yang berkunjung berdasarkan Google Review)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$\sigma^2 = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n-1}}$$

Sumber : (Malhotra & Birks, 2007)

Keterangan :

n = jumlah sampel

$\sigma^2$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrument adalah sebagai berikut :

1. Item pernyataan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,700$ .
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $\leq 0,700$ .

Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya.

Berdasarkan perhitungan dengan *software SPSS 25 for Windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.5 berikut

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Keterangan
1	<i>Online Customer Review</i>	0,849	0,700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0,769	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel baik *online customer review* maupun keputusan berkunjung dikatakan reliabel. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* kedua variabel lebih besar dibandingkan koefisien *cronbach's alpha* yang bernilai 0,700 yaitu 0,849 dan 0,769.

### 3.3 Analisis Data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data. Menurut (Sujarweni 2014) analisis data merupakan upaya pengolahan data yang sudah tersedia dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif yang biasa digunakan untuk data kualitatif dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisioner. Kuisioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel tersebut yaitu mengenai *online customer review* dan Keputusan berkunjung.

#### 3.3.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif. (Purwanto dan Sulistyastuti 2011) menjelaskan tentang tujuan dalam analisis deskriptif yaitu melakukan eksplorasi mengenai karakteristik data dan meringkas serta mendeskripsikan data. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti yaitu:

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan variabel lainnya dengan mengungkapkan jumlah dalam presentase.
2. Analisis cross tabulation adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari variabel-variabel tersebut yang memiliki sejumlah kategori atau nilai yang berbeda.
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal:

- a. Nilai Indeks Maksimum = Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah pengguna
  - b. Nilai Indeks Minimum = Skor terendah x jumlah pertanyaan x jumlah pengguna
  - c. Jenjang Variabel = Nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
  - d. Jarak Interval = Jenjang variabel : banyak kelas interval
4. Analisis data deskriptif mengenai *online customer review* ke objek wisata Air Terjun Sedudo dengan subvariabel *valence (X1)*, *volume (X2)*, *recentness (X3)*, dan *length (X4)*.
  5. Analisis data deskriptif mengenai keputusan berkunjung ke objek wisata Air Terjun Sedudo.

### 3.3.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis verifikatif dilakukan setelah analisis deskriptif. Pengolahan data dari hasil data yang diperoleh dilakukan melalui tahapan berikut :

#### 1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval (MSI)*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.

- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

## 2. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta memeriksa kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

## 3. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;

## 4. Tabulasi Data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian. Dengan menggunakan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Sehingga dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

## 5. Menganalisis Data

Menganalisis data merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic, menginterpretasikan data agar memperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *online customer review* yang terdiri *valence (X1)*, *volume (X2)*, *recentness (X3)*, dan *length (X4)* dan variabel dependen (Y) yaitu keputusan berkunjung dengan teknik analisis regresi berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan : Y = Variabel terikat yang diprediksikan

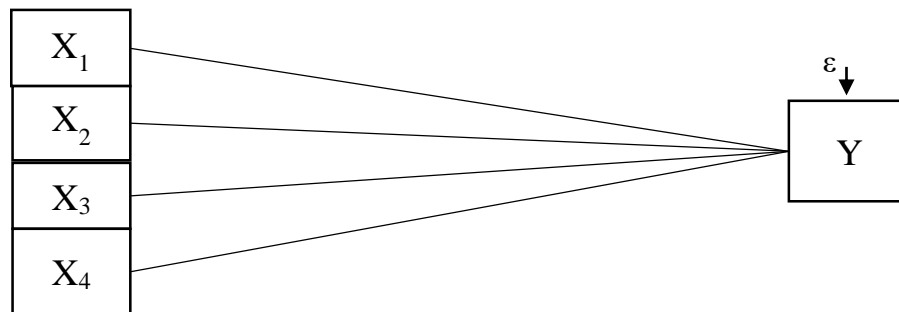
a = Konstanta

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas.

Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan

X= Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu *valence (X1)*, *volume (X2)*, *recentness (X3)*, dan *length (X4)*.

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan:

X<sub>1</sub> = *valence*

X<sub>2</sub> = *volume*

X<sub>3</sub> = *recentness*

X<sub>4</sub> = *length*

Y = keputusan berkunjung

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Prosedur kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$ . Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$ . Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi



heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hubungan antara variabel  $X$  dengan  $Y$  adalah linear. Sedangkan jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka hubungan antara variabel  $X$  dengan  $Y$  tidak linear.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai  $d_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ .

e. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien ( $r$ ) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas jika nilai

Tolerance lebih besar 0,10. Terjadi multikolinieritas jika nilai Tolerance lebih kecil atau sama dengan 0.10 Apabila melihat nilai VIF dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai VIF lebih kecil 10,00 dan terjadi multikolinieritas jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

## 2. Analisis Korelasi (R)

Analisis Korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain, Husein Umar, (2013:129). Silalahi mengungkapkan (2009:375) bahwa jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain.

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi yaitu semakin lemah. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 242) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat dilihat pada tabel yang ada.

## 3. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent (X1.1 dan X2.1) secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Silalahi (2009, hlm. 376) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independent).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent, atau variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependent.

### 3.4 Pengujian Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel

terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan apakah  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, oleh karena itu dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan atau diujikan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama.

Nilai  $F_{hitung}$  selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel ( $F_{tabel}$ ) dengan pembilang = k dan dk penyebut =  $(n-k-1)$  dan taraf yang ditetapkan adalah 5%. Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ), maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan, yaitu diberlakukan untuk seluruh populasi,
- b. Bila  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  ( $F_{hitung} < F_{tabel}$ ), maka koefisien korelasi yang diuji adalah tidak signifikan yaitu tidak berlaku untuk seluruh populasi.

2. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut (Sekaran, Uma dan Bougi, 2012) adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *valence* terhadap keputusan berkunjung.
- $H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *valence* terhadap keputusan berkunjung.

2.  $H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *volume* terhadap keputusan berkunjung.  
 $H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *volume* terhadap keputusan berkunjung.
3.  $H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *recentness* terhadap keputusan berkunjung.  
 $H_1 \neq 0$ , terdapat yang signifikan antara *recentness* terhadap keputusan berkunjung.
4.  $H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *length* terhadap keputusan berkunjung.  
 $H_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara *length* terhadap keputusan berkunjung.