

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Metode penelitian digunakan untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji pengetahuan tertentu agar dapat digunakan untuk memahami, mengungkap, dan mengatasi permasalahan. Untuk mencapai tujuan penelitian yang telah direncanakan sebelumnya, diperlukan penggunaan metode penelitian yang baik agar hasil yang diharapkan dapat sesuai dan manfaat dari penelitian tercapai. Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sekaran (2017) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu variabel dengan yang lainnya. Penelitian deskriptif digunakan untuk membentuk deskripsi atau gambaran yang komprehensif tentang asumsi responden mengenai ulasan *online* terhadap niat pemesanan hotel di ASTON Pasteur.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengukur pengaruh ulasan *online* terhadap niat pemesanan hotel bagi tamu yang ingin menginap di ASTON Pasteur Bandung. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu ulasan *online* sebagai variabel bebas atau variabel *independen* (X), dan niat pemesanan hotel sebagai variabel terikat atau variabel *dependen* (Y). Pengumpulan informasi dan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner dan metode lain untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Melalui pendekatan penelitian deskriptif ini, peneliti akan menggambarkan keadaan yang sebenarnya terkait kondisi yang sedang diteliti saat ini.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah yang mencakup secara umum objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya. Menentukan populasi merupakan langkah penting dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi. Oleh karena itu, populasi tidak hanya terbatas pada individu, tetapi juga mencakup semua karakteristik subjek atau objek yang sedang dianalisis. Berdasarkan konsep populasi ini, populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi traveloka yang melihat *review* di ASTON Pasteur Bandung.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang akan diteliti. Konsep dasar pengambilan sampel adalah bahwa dengan memilih sebagian dari elemen-elemen populasi, diharapkan dapat ditarik kesimpulan tentang keseluruhan populasi. Sampel merupakan subset dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Namun, dimensi sampel adalah langkah untuk menentukan ukuran sampel yang diambil dalam melakukan penelitian tertentu.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Oleh karena itu, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan terdiri dari sebagian pengguna aplikasi Traveloka dan tamu yang melihat *review* di hotel ASTON Pasteur Bandung. Penentuan jumlah sampel akan menggunakan rumus Tabachnick dan Fidel (2013), sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8. m$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

m = Jumlah variabel independen

Bersumber rumus Tabachnick dan Fidel (2013) yang digunakan buat mengukur sampel dalam riset ini, hingga bisa dihitung jumlah sampel yang dibutuhkan pada riset ini sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8. m$$

$$N \geq 50 + 8.7$$

$$N \geq 50 + 56$$

$$N \geq 106$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut, didapatkan jumlah minimum sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah ≥ 90 . Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mengambil 200 sampel sebagai jumlah sampel yang akan digunakan. Sampel tersebut terdiri dari responden yang melihat *review* ASTON Pasteur Bandung di platform OTA Traveloka.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017) teknik sampling adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat berbagai macam teknik sampling yang dapat digunakan. Dalam penelitian ini, digunakan *teknik Non Probability Sampling* seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017). *Non Probability Sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap faktor atau anggota populasi untuk dipilih. Beberapa metode sampling yang termasuk dalam *Non Probability Sampling* adalah sampling sistematis, kouta, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball.

Berdasarkan jenis *Non Probability Sampling* tersebut, peneliti akan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, purposive sampling hanya akan mencakup individu yang melihat *review* OTA di hotel ASTON Pasteur Bandung.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui pengumpulan informasi dari subjek penelitian. Sedangkan data sekunder merujuk pada data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

Subjek penelitian merupakan sumber data dalam penelitian ini. Informasi yang berasal dari responden menjadi sumber data ketika penelitian menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner atau wawancara, di mana responden berperan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Namun, jika penelitian ini

menggunakan metode observasi, sumber data dapat berupa objek atau fenomena yang diamati.

3.3.1 Data Primer

Menurut Husein Umar (2013) data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumber asli, baik itu individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau jawaban dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah hasil dari kuesioner yang diberikan kepada responden untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh *online review* pada *Online Travel Agent* (OTA) Traveloka terhadap niat pemesanan hotel ASTON Pasteur Bandung. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan langsung dari tamu mengenai pengaruh penggunaan *online review* pada OTA yang terdiri dari *Usefulness of online reviews*, *Review Expertise*, *Timeliness of online reviews*, *Volume of online reviews*, *Positive of online reviews*, *Negative of online reviews*, dan *Comprehensiveness of online reviews* terhadap niat pemesanan hotel di ASTON Pasteur Bandung.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada data primer yang telah melalui proses pengolahan lebih lanjut dan dapat disajikan dalam bentuk diagram atau tabel. Menurut Husein Umar (2013) data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak yang mengumpulkan data primer atau pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel atau diagram. Menurut Indriantoro dan Supomo (2013) data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Untuk mengenai jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penelitian mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data jumlah <i>room sold</i> dan <i>occupancy</i> di ASTON Pasteur Bandung	Data sekunder	Pihak manajemen ASTON Pasteur Bandung, 2023

2.	Tanggapan konsumen terhadap pengaruh penggunaan <i>online review</i> pada OTA di ASTON Pasteur Bandung	Data primer	Penyebaran kuesioner pada tamu yang melihat <i>review</i> di ASTON Pasteur Bandung
3.	Tanggapan konsumen terhadap niat pemesanan di ASTON Pasteur Bandung	Data primer	Penyebaran kuesioner pada tamu yang melihat <i>review</i> di ASTON Pasteur Bandung

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

3.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019) terdapat dua aspek utama yang dapat mempengaruhi kualitas data dalam penelitian ini. Pertama, aspek kualitas instrumen yang digunakan, dan kedua, aspek kualitas proses pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan hasil uji validitas dan reliabilitas, sedangkan kualitas proses pengumpulan data terkait dengan penggunaan metode pengumpulan data yang sesuai. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan untuk analisis adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data primer yang dilakukan untuk mengamati sikap manusia dan berbagai fenomena aktivitas bisnis tanpa melakukan pertanyaan atau interaksi dengan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati *online review* pada aplikasi Traveloka tentang hotel ASTON Pasteur Bandung.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data primer yang dilakukan dengan meminta responden untuk menanggapi serangkaian pertanyaan tertulis. Kuesioner ini berisi pertanyaan tentang karakteristik responden dan pengalaman responden terkait *online review* pada aplikasi Traveloka tentang ASTON Pasteur Bandung. Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk mendapatkan data tentang jumlah responden yang mewakili populasi tertentu. Keuntungan penggunaan kuesioner adalah tidak memerlukan kehadiran fisik responden dan dapat disebarluaskan melalui media sosial oleh peneliti kepada banyak responden. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi yang sedang diteliti dengan cara mengumpulkan

data langsung melalui pertanyaan yang diberikan.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019) operasionalisasi variabel adalah proses penggalan dan penentuan segala hal yang perlu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang topik tersebut, yang kemudian dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh ulasan *online* di OTA (*Online Travel Agency*) Traveloka terhadap niat pemesanan hotel dalam pemilihan ASTON Pasteur Bandung sebagai tempat menginap. Penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu ulasan *online* sebagai variabel bebas atau *independen* (X), dan niat pemesanan hotel sebagai variabel terikat atau *dependen* (Y). Tabel 3.1 menjelaskan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Ulasan <i>online</i> (X)	<i>Usefulness of online reviews</i>	(1.a) Saya yakin ulasan yang diberikan pada OTA sudah relevan antara ulasan dengan produk aslinya. (1.a) Saya yakin ulasan yang diberikan pada OTA asli pengalaman yang dirasakan oleh tamu yang sudah menginap. (1.a) Saya yakin ulasan yang diberikan pada OTA merupakan ulasan yang bersifat netral.	Ordinal
		<i>Reviewer expertise</i>	(2.a) Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan tamu yang sudah pernah menginap dan memiliki informasi yang akurat. (2.a) Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan tamu yang	Ordinal

			<p>memiliki reputasi yang baik ketika mengingat.</p> <p>(2.a) Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan tamu yang memiliki catatan kredibilitas yang baik ketika mengingat.</p> <p>(2.a) Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan pengguna web yang berpengalaman.</p> <p>(2.a) Saya yakin memposting ulasan negative pada OTA bersikap profesionalisme dalam mengulas.</p>	
		<i>Timeliness of online reviews</i>	<p>(3.a) Ulasan yang diunggah secara cepat setelah mengingat akan berguna bagi tamu yang akan melakukan pemesanan.</p> <p>(3.a) Ulasan yang diunggah akan berguna bagi tamu yang melakukan pemesanan.</p> <p>(3.a) Ulasan terbaru yang diberikan oleh tamu yang sudah mengingat akan lebih dipercaya oleh tamu yang akan melakukan pemesanan.</p>	Ordinal
		<i>Volume of online reviews</i>	<p>(4.a) Saya akan memilih hotel yang memiliki lebih banyak ulasannya pada OTA.</p> <p>(4.a) Saya yakin banyaknya ulasan <i>online</i> yang mengenai tentang hotel mendapatkan perhatian yang</p>	Ordinal

			<p>didapatkan untuk tamu yang akan melakukan pemesanan.</p> <p>(4.a) Hotel memiliki ulasan yang lebih banyak memperlihatkan bahwa hotel tersebut memiliki banyak peminat.</p> <p>(4.a) Saya yakin Terdapat ulasan negatif dan positif pada hotel yang memiliki penyebaran banyak ulasan secara merata akan banyak mengetahui tentang hotel tersebut.</p> <p>(4.a) Saya yakin banyaknya ulasan akan meningkatkan niat pemesanan.</p> <p>(4.a) Saya yakin akan membaca seluruh ulasan untuk mengetahui informasi tentang hotel yang akan dikunjungi.</p>	
		<i>Positive Valence of online reviews</i>	<p>(5.a) Saya akan memperhatikan lebih banyak ulasan positif untuk mengetahui tentang hotel.</p> <p>(5.a) Saya yakin dengan adanya ulasan positif akan memberikan nilai baik untuk hotel.</p> <p>(5.a) Saya akan memilih hotel yang memiliki ulasan positif yang lebih banyak</p>	Ordinal
		<i>Negative Valence of online reviews</i>	<p>(6.a) Saya tidak akan memesan dari hotel jika ada ulasan negatif tentangnya.</p>	Ordinal

		<i>Comprehensiveness of online reviews</i>	(2.a) Saya yakin seluruh tipe ulasan baik mendetail ataupun dirangkum memiliki manfaat yang sama untuk tamu yang akan menginap. (7.a) Saya akan memilih untuk membaca ulasan yang terperinci dan mendetail untuk mengetahui tentang hotel (7.a) Saya lebih mempercayai ulasan yang terperinci dan mendetail.	Ordinal
2	Niat Pemesanan Hotel (Y)	<i>Hotel booking intention</i>	(1.a) Saya hanya memesan hotel yang memiliki penilaian baik dan bermerek. (1.a) Saya selalu memperhatikan ulasan hotel saat memesan hotel. (1.a) Saya akan berencana untuk memesan kamar hotel melalui situs online. (1.a) Ulasan online adalah saluran informasi utama saya.	

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

3.4.1 Skala Pengukuran Variabel

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran instrumen penelitian berupa kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh peneliti secara langsung, baik dengan bantuan *Google Form*. Kuesioner disebarkan kepada pengunjung yang pernah mengunjungi hotel ASTON Pasteur Bandung berdasarkan data yang mereka peroleh melalui *online review* di OTA traveloka. Kuesioner terdiri dari

pertanyaan terbuka mengenai identitas responden dan pernyataan yang terkait dengan indikator-indikator penelitian. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan data tersebut untuk melihat nama dan reservasi melalui OTA traveloka guna memastikan responden yang akan mengisi kuesioner dengan cara penyebaran melalui Instagram. Untuk pengumpulan informasi, kuesioner akan diberikan kepada responden dengan menunggu jawaban dari mereka, kemudian data kuesioner akan diolah dan dilakukan analisis untuk menyimpulkan hasil penelitian.

Skala *Likert* akan digunakan untuk mengukur pertanyaan dalam kuesioner, di mana responden akan memilih opsi yang sesuai ketika mengisi kuesioner terkait pertanyaan yang ada. Skor yang akan diberikan untuk setiap pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Pernyataan	Tolak Ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Karena data yang diperoleh dari skala Likert bersifat ordinal, namun analisis regresi linear sederhana memerlukan data yang bersifat interval, maka data yang telah terkumpul perlu diubah ke dalam bentuk data interval sebelum dilakukan proses analisis data.

3.5 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi kecocokan instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data. Uji validitas memberikan informasi apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan atau tidak. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner dapat secara valid mengukur variabel yang diinginkan. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner dapat benar-benar

menggambarkan apa yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas instrumen menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur hal yang seharusnya diukur. Untuk menentukan validitas suatu item, dilakukan korelasi antara skor item dengan total skor dari semua item yang terkait. Jika ada item yang tidak memenuhi persyaratan, maka item tersebut tidak akan dipertimbangkan. Setelah data diubah menjadi skala interval, maka langkah selanjutnya adalah melanjutkan ke proses uji validitas. Salah satu rumus yang dapat digunakan untuk menghitung validitas instrumen adalah rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa rumus *Pearson Product Moment (Product Moment Correlation Analysis)* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi Pearson Product Moment

n = Jumlah sampel

$\sum x$ = Jumlah nilai variabel X

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel Y

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat variabel X

$\sum y_i^2$ = Jumlah kuadrat variabel Y

Penghitungan validitas dari tiap item instrumen dicoba dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) versi 29 for windows dengan langkah – langkah pengerjaan seperti berikut:

1. Item variabel X dan Y dibuat tabulasi data.
2. Variabel X dan Y setiap itemnya dipindahkan ke Data View.
3. Nama data diubah sesuai dengan item pernyataan pada instrument di Variabel View.
4. Uji validitas dimulai dengan langkah Analyze – Correlate – Bivariate.
5. Semua item dipindahkan dengan total dari masing-masing variabel ke kolom Variables.
6. Person, Two-tailed dan Flag significant correlations setiap bagiannya

dicentang.

- Setelah seluruhnya sudah ditata lalu klik OK, dan hasil validitas akan muncul di output.

Validitas penilaian dinyatakan signifikan jika nilai r tabel lebih besar dari nilai r hitung, menunjukkan bahwa item yang diuji dalam instrumen tersebut valid. Sebaliknya, jika nilai r tabel lebih kecil dari nilai r hitung, maka item yang diuji dianggap tidak valid. Dalam penelitian ini, sebanyak 30 responden diuji dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, dengan menggunakan rumus $df = n-2$, $df = 30-2 = 28$. Hasilnya, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Validitas diuji dengan membandingkan nilai r hitung atau nilai korelasi Pearson dengan nilai r tabel. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi IBM Statistic SPSS. Pertanyaan dianggap valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan dinyatakan tidak valid apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$. Hasil uji validitas adalah sebagaimana pada tabel 3.3 berikut:

Tabel 3. 4 Uji Validitas

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Online Review (X)				
1.	Saya yakin ulasan yang diberikan pada OTA sudah relevan antara ulasan dengan produk aslinya.	0.574	0.361	Valid
2.	Saya yakin ulasan yang diberikan pada OTA asli pengalaman yang dirasakan oleh tamu yang sudah menginap.	0.485	0.361	Valid
3.	Saya yakin ulasan yang diberikan pada OTA merupakan ulasan yang bersifat netral.	0.459	0.361	Valid
4.	Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan tamu yang sudah pernah menginap dan memiliki informasi yang akurat.	0.706	0.361	Valid
5.	Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan tamu yang memiliki reputasi	0.695	0.361	Valid

	yang baik ketika menginap.			
6.	Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan tamu yang memiliki catatan kredit yang baik ketika menginap.	0.709	0.361	Valid
7.	Saya yakin penulis ulasan pada OTA merupakan pengguna web yang berpengalaman.	0.587	0.361	Valid
8.	Saya yakin memposting ulasan negative pada OTA bersikap profesionalisme dalam mengulas.	0.462	0.361	Valid
9.	Ulasan yang diunggah secara cepat setelah menginap akan berguna bagi tamu yang akan melakukan pemesanan.	0.619	0.361	Valid
10.	Ulasan yang diunggah akan berguna bagi tamu yang melakukan pemesanan.	0.669	0.361	Valid
11.	Ulasan terbaru yang diberikan oleh tamu yang sudah menginap akan lebih dipercaya oleh tamu yang akan melakukan pemesanan.	0.622	0.361	Valid
12.	Saya akan memilih hotel yang memiliki lebih banyak ulasannya pada OTA.	0.504	0.361	Valid
13.	Saya yakin banyaknya ulasan <i>online</i> yang mengenai tentang hotel mendapatkan perhatian yang didapatkan untuk tamu yang akan melakukan pemesanan.	0.560	0.361	Valid
14.	Hotel memiliki ulasan yang lebih banyak memperlihatkan bahwa hotel tersebut memiliki banyak peminat.	0.624	0.361	Valid
15.	Saya yakin Terdapat ulasan negatif dan positif pada hotel yang memiliki penyebaran banyak ulasan secara merata	0.488	0.361	Valid

	akan banyak mengetahui tentang hotel tersebut..			
16.	Saya yakin banyaknya ulasan akan meningkatkan niat pemesanan	0.643	0.361	Valid
17.	Saya yakin akan membaca seluruh ulasan untuk mengetahui informasi tentang hotel yang akan dikunjungi.	0.789	0.361	Valid
18.	Saya akan memperhatikan lebih banyak ulasan positif untuk mengetahui tentang hotel.	0.730	0.361	Valid
19.	Saya yakin dengan adanya ulasan positif akan memberikan nilai baik untuk hotel.	0.540	0.361	Valid
20.	Saya akan memilih hotel yang memiliki ulasan positif yang lebih banyak.	0.387	0.361	Valid
21.	Saya tidak akan memesan dari hotel jika ada ulasan negatif tentangnya.	0.418	0.361	Valid
22.	Saya yakin seluruh tipe ulasan baik mendetail ataupun dirangkum memiliki manfaat yang sama untuk tamu yang akan menginap.	0.593	0.361	Valid
23.	Saya akan memilih untuk membaca ulasan yang terperinci dan mendetail untuk mengetahui tentang hotel.	0.686	0.361	Valid
24.	Saya lebih mempercayai ulasan yang terperinci dan mendetail.	0.411	0.361	Valid
Niat Pemesanan Hotel (Y)				
1.	Saya hanya memesan hotel yang memiliki penilaian baik dan bermerek	0.747	0.361	Valid
2.	Saya selalu memperhatikan ulasan hotel saat memesan hotel.	0.670	0.361	Valid
3.	Saya akan berencana untuk memesan kamar	0.791	0.361	Valid

	hotel melalui perantara situs online.			
4.	Ulasan online adalah saluran informasi utama saya.	0.548	0.361	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Bersumber pada pengujian validitas variabel *online review* dan niat pemesanan hotel dikatakan valid bila nilai r_{hitung} yang diperoleh > 0.361 . Variabel *online review* dengan jumlah item instrument sebanyak 24 butir mendapatkan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , hingga totalitas item instrument dari variabel *online review* dikatakan valid. Setelah itu variabel niat pemesanan hotel memilih dengan jumlah instrument sebanyak 4 butir mendapatkan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , hingga segala item instrumen dari variabel niat pemesanan hotel dikatakan valid.

3.6 Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan dimensi yang digunakan menentukan sebuah instrumen bisa diandalkan sebagai pengumpulan data. Berdasarkan Sugiyono (2017) uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui hasil pengukuran menggunakan objek yang sama menghasilkan informasi konsisten. Tujuan uji reabilitas mengukur tingkat konsistensi hasil ataupun data yang didapatkan. Jika dua atau lebih penelitian menghasilkan informasi sama ketika mengerjakan riset dengan objek sama pada waktu berbeda, dan jika data tersebut konsisten ketika dipecah, maka data tersebut dianggap reliabel. Menurut Sugiyono (2017) jika suatu pertanyaan menghasilkan hasil yang sama dengan responden yang berbeda, maka data tersebut dapat dianggap reliabel.

Pada riset, digunakan metode Formula Alpha Cronbach dalam menguji reabilitas. Formula Alpha Cronbach untuk mengukur reabilitas instrumen memiliki skor tidak 1 maupun 0, seperti angket soal berbentuk uraian. Reabilitas suatu instrumen dianggap cukup jika mempunyai nilai koefisien Cronbach Alpha tinggi. Pada riset, *Cronbach Alpha* digunakan program IBM SPSS Statistik. Kuesioner dianggap reliabel kalau nilai Cronbach Alpha melebihi 0.70, sesuai dengan Sekaran & Bougie (2017). Rumus yang digunakan untuk menghitung Cronbach Alpha adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah variansi butir
 σb^2 : Variansi total

Untuk mencari jumlah variansi butir tiap pertanyaan, maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sigma t^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(x^2)}{N}}{N}$$

Keterangan:

- σt^2 : Harga variansi total
 $\sum x^2$: Jumlah kuadrat skor total
 (x^2) : Jumlah kuadrat dari jumlah skor total
 N : Jumlah responden

Penghitungan reliabilitas dari setiap item instrument ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) versi 29 for window dengan langkah – langkah pengerjaan seperti berikut:

1. Item variabel X dan Y dibuat tabulasi data.
2. Variabel X dan Y setiap itemnya dipindahkan ke *Data View*.
3. Nama data diubah sesuai dengan item pernyataan pada instrument di *Variabel View*.
4. Uji reliabilitas dimulai dengan langkah *Analyze – Scale – Reliability Analysis*.
5. Semua item dipindahkan dengan total dari masing-masing variabel ke kolom *Variables*.
6. Klik *Statistic* kemudian pada kolom *Deskriptive for* klik *Scale if item deleted*.
7. Setelah seluruhnya sudah ditata lalu klik OK, dan hasil validitas akan muncul di *output*.

Sebagaimana hasil perhitungan uji reliabilitas dari item pernyataan yang diteliti. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reabilitas Variabel Online Review dan Niat Pemesanan

No	Variabel	No of item	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma_{minimal}$	Kesimpulan
1.	Online Review (X)	24	0.915	0.70	Reliabel
2.	Niat Pemesanan Hotel (Y)	4	0.733	0.70	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Dari data hasil uji reabilitas menampilkan kalau *online review* (X) dan niat pemesanan hotel (Y) reable nilai *Cronbach alpha* > 0.70. hasil uji reabilitas variabel *online review* mendapatkan nilai 0.915 sementara niat pemesanan hotel sebesar 0.733.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Method of Successive Interval (MSI)

Dalam riset, digunakan skala ordinal berjenjang untuk menyatakan urutan preferensi. Sebelum masuk ke tahap analisis, dilakukan transformasi pada skala interval menggunakan *Metode Successive Interval* (MSI) memakai langkah berikut ini:

- Menghitung frekuensi (f) dari setiap opsi jawaban berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden pada setiap pertanyaan.
- Berdasarkan frekuensi hasil dari setiap pertanyaan, menghitung proporsi (p) dengan membagi frekuensi jumlah responden.
- Selanjutnya, menghitung proporsi setiap jawaban.
- Menentukan nilai batas Z (dalam tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan jawaban.
- Menentukan interval rata-rata untuk setiap opsi jawaban dengan menggunakan persamaan berikut:

$$(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)$$

$$Scale\ Value = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(Aera\ Below\ Upper\ Limir) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)$$

Semua informasi berupa data *variabel independent* dan *variabel dependent* yang berskala interval telah dikumpulkan, selanjutnya akan ditentukan hubungan antara keduanya dan akan ditetapkan persamaan akan berlaku variabel pendamping.

3.8 Analisis Data Deskriptif

Metode analisis merupakan langkah yang dipakai dalam merespon perumusan masalah riset. Analisis deskriptif proses pengolahan informasi belum lengkap untuk disajikan dengan terstruktur serta mudah dipahami. Tujuannya untuk dapat kesimpulan riser. Analisis deskriptif juga berguna untuk mengevaluasi informasi dengan merangkum maupun memberikan data tanpa maksud membuat generalisasi luas atau menarik temuan yang dapat digeneralisasikan. Pada riset, teknik analisis data menggunakan Teknik *Regression Analysis* dengan jenis analisis regresi linier berganda. Tujuan dari analisis adalah menguji dampak kedua maupun lebih variabel independen pada satu variabel dependen. Program perangkat lunak SPSS menyediakan analisis regresi linier berganda.

Pada riset, teknik yang dipilih mengevaluasi adanya dampak antara variabel adalah melalui analisis data. Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak *online review* terhadap niat pemesanan hotel. Riset menggunakan perlengkapan riset berupa kuesioner yang disusun dari variabel-variabel relevan pada riset. Teknik analisis data deskriptif menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian.

1. Analisis data deskriptif dilakukan untuk menggambarkan hubungan antara *online review* dengan Hotel ASTON Pasteur Bandung pada aplikasi traveloka.
2. Analisis data deskriptif dilakukan untuk menggambarkan niat pemesanan hotel di ASTON Pasteur Bandung.

3.9 Analisis Verifikatif

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

3.9.1.1 Uji Normalitas

Uji ini merupakan menentukan data terdistribusi secara normal dan independen. Menurut Ghozali (2016) uji normalitas data digunakan untuk mengidentifikasi serta menghitung data diperoleh mempunyai distribusi yang

normal, serta data tersebut dari populasi dengan distribusi normal. Uji normalitas membantu memastikan sampel dipakai mewakili populasi distribusi normal. Uji normalitas juga berguna melihat nilai residual bentuk regresi terdistribusi secara normal. Penting untuk menjaga normalitas data dalam analisis regresi, yang berarti data sampel harus memenuhi syarat distribusi normal. Uji *Kolmogorov Smirnov* dapat digunakan menentukan data digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Keputusan dapat diambil berdasarkan hasil uji:

- a. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

3.9.1.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk memeriksa apakah terdapat interkorelasi kaitan kuat pada satu variabel bebas maupun prediktor variabel prediktor lainnya pada bentuk regresi. Berdasarkan Ghazali (2016) uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah ada hubungan variabel bebas (independen) dengan bentuk regresi. Bentuk yang baik tidak mempunyai hubungan pada variabel bebas. Mendeteksi keberadaan multikolinearitas dilakukan analisis matriks korelasi pada variabel bebas, juga dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF):

- a. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan tolerance $< 0,1$ maka dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan tolerance $> 0,1$ maka dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016) heteroskedastisitas variasi residual tidak sama dengan setiap penelitian bentuk regresi. Sebuah regresi baik tidak memiliki heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu penelitian dan penelitian yang lain dengan bentuk regresi. Jika varian residual pada penelitian tersebut selalu sama, dikatakan sebagai homoskedastis. Bentuk regresi diharapkan merupakan bentuk homoskedastis. Namun, jika terdapat perbedaan varian residual antara satu

penelitian dan penelitian yang lain, terdapat heteroskedastisitas. Berikut merupakan kriteria pengujian heteroskedastisitas:

- a. Apabila signifikansi nilai lebih besar dari 0,05 dinyatakan adanya gejala heteroskedastisitas bentuk regresi.
- b. Apabila signifikansi nilai lebih kecil dari 0.05 dinyatakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas bentuk regresi.

3.9.2 Teknik Analisis Linear Berganda

Pada riset, digunakan teknik regresi linear berganda (*multi linear regression*) agar memberikan jawaban perumusan masalahnya. Metode ini menggunakan analisis yang digunakan untuk mengamati dampak nilai pada kedua maupun lebih variabel independen (X) pada variabel dependen (Y) dengan tujuan menentukan apakah terdapat hubungan kausal atau simultan antara variabel yang sedang diteliti. Riset bertujuan, variabel analisis merupakan variabel independen (X) yaitu *Usefulness of online reviews*, *Review expertise*, *Timeliness of online reviews*, *Volume of online reviews*, *Positive of online reviews*, *Negative online reviews*, serta *Comprehensiveness of online reviews*. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah niat pemesanan hotel. Samanya regresi linier berganda menggunakan 7 variabel bebas dijelaskan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

Keterangan:

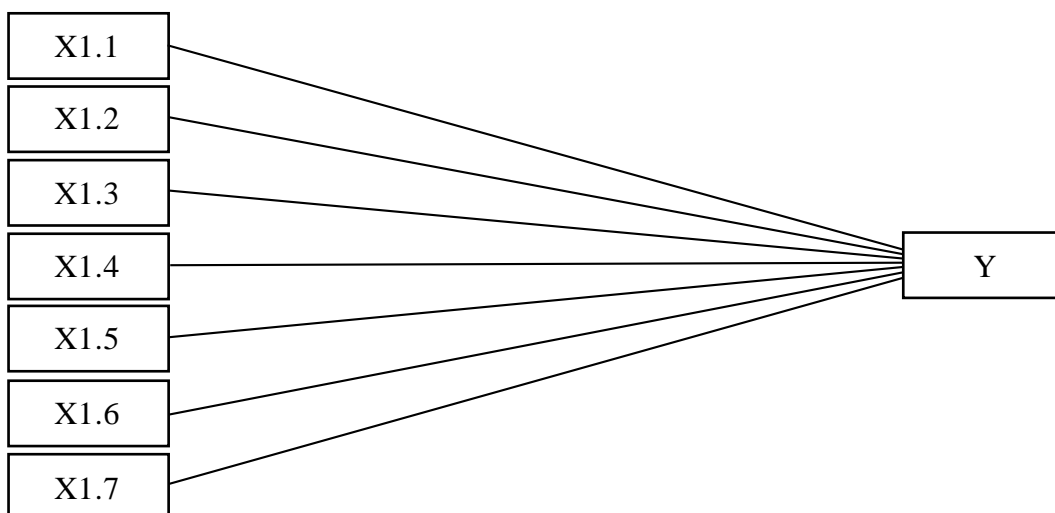
Y = Subjek dalam variabel terikat yang diprediksikan (niat pemesanan)

a = nilai Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X₁ (*Usefulness of online reviews*), X₂ (*Review expertise*), X₃ (*Timeliness of online reviews*), X₄ (*Volume of online reviews*), X₅ (*Positive of online reviews*), X₆ (*Negative online reviews*), X₇ (*Comprehensiveness of online reviews*) adalah variabel penyebab.

Menurut (Sugiyono, 2017) analisis regresi linear berganda dipakai riset yang ingin memahami perubahan variabel dependen (kriteria) dapat diprediksi ketika nilai kedua maupun lebih variabel independen menjadi prediktor diubah maupun manipulasi. Analisis regresi berganda dikerjakan ketika variabel independennya berjumlah minimal dua. Gambar 3.1 menggambarkan hubungan pengaruh antara variabel tersebut.



Gambar 3. 1 Regresi Linear Berganda

Sumber: *Olahan Peneliti, 2023*

Keterangan:

X1.1 = *Usefulness of online reviews*

X1.2 = *Review expertise*

X1.3 = *Timeliness of online reviews*

X1.4 = *Volume of online reviews*

X1.5 = *Positive of online reviews*

X1.6 = *Negative online reviews*

X1.7 = *Comprehensiveness of online reviews*

Y = Niat Pemesanan Hotel

3.9.2.1 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengindikasikan seberapa banyak atau tidaknya kontribusi variabel X pada variabel Y. Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien gabungan (r^2). Koefisien determinasi menghitung jumlah variasi

keseluruhan variabel Y dapat dikatakan variabel independen pada garis regresi. Penilaian koefisien determinasi berkisar pada nol maupun satu. Jika R^2 berada pada nol sampai satu, variabel independen (X) menyeluruh memberikan semua informasi diperlukan memprediksi variabel terikat (Y). Tetapi, kalau $R^2 = 0$, kemampuan variabel independen (X) untuk menjabarkan variasi variabel terikat (Y) sangat terbatas.

3.9.2.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam uji asumsi yang dijelaskan dalam menentukan dampak yang jelas pada korelasi antara variabel bebas maupun variabel terikat, dengan parsial ataupun simultan. Uji asumsi dikerjakan berdasarkan uji parsial, yaitu uji t.

1. Uji T

Tujuan dari pengujian adalah menentukan variabel bebas X_1 (*Usefulness of online reviews*), X_2 (*Review expertise*), X_3 (*Timeliness of online reviews*), X_4 (*Volume of online reviews*), X_5 (*Positive of online reviews*), X_6 (*Negative online reviews*), X_7 (*Comprehensiveness of online reviews*) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu niat pemesanan hotel (Y). Menurut Ghozali (2016) uji statistik t mengindikasikan sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel terikat, menggunakan hipotesis variabel independen lain tetap konstan. Uji ini dilakukan berdasarkan tingkatan signifikansi 0,05. Menerima ataupun menolak asumsi dari karakteristik sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka secara parsial variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji f (Uji Simultan)

Uji F digunakan dalam menguji asumsi simultan serta menentukan apakah bentuk regresi dipilih layak ataupun tidak pada interpretasikan dampak variabel bebas pada variabel terikat. Pengujian memiliki arti penting dikarenakan uji F tidak lolos, artinya hasil uji t tidak relevan. Keputusan berdasarkan uji F adalah sebagai berikut:

- a. Nilai F hitung $>$ F tabel maupun nilai probabilitas F -statistik $<$ 0,05, berarti variabel bebas berpengaruh variabel terikat.
- b. Nilai F hitung $<$ F tabel ataupun nilai probabilitas F -statistik $>$ 0,05, berarti variabel bebas secara tidak berpengaruh variabel terikat.