

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji *word of mouth intention* di *smart hotel* Bobocabin dengan adanya *service innovation* melalui sikap. Pengaruh positif atau negatif suatu variabel terhadap variabel terikat merupakan variabel bebas. (Uma Sekaran & Roger Bougie, 2010). Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini adalah *service innovation* (X) yang terdiri dari, *Ease of Use* (X_{1.1}), *Efficiency* (X_{1.2}), *Convenient* (X_{1.3}), *Control* (X_{1.4}) (Dabholkar, 1996; Kabadayi et al., 2019; Kim et al., 2020; Sertan Kabadayi et al, 2019; Jinkyung Jenny et al, 202). Karena hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat tidak langsung, maka variabel *intervening* adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat tetapi tidak dapat diamati atau diukur. (Uma Sekaran & Roger Bougie, 2010). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah sikap (Y₁) yang terdiri dari *affective* (Y_{1.1}), (Han & Yoon, 2015; Wang et al., 2020). Adapun variabel terikat (*dependen*) dalam penelitian ini adalah *word of mouth intention* (Y₂) yang diadopsi dari *post purchase* dalam *relationship marketing* dengan dimensi *positive things*, *recommendation*, dan *solicitation* (Agag & El-Masry, 2016; Fakhrun Nisa et al., 2015; Ghoniyah, 2013; Kim et al., 2020).

Di Bobocabin, penelitian ini dilakukan. Menggabungkan penggunaan teknologi *internet of things* dengan pengalaman berkemah, Bobocabin merupakan penginapan yang menganut konsep berkemah di ketinggian. Pada saat ini terdapat dua Bobocabin yang ada di Bandung yaitu di Cikole dan Rancaupas. Responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menginap di Bobocabin Cikole dan Rancaupas. Penelitian ini mengembangkan metodologinya dengan menggunakan pendekatan metode *explanatory survey*. Penelitian *explanatory survey* diartikan oleh Ulber Silalahi (2017) sebagai mengumpulkan data informasi melalui kuesioner penelitian sehingga dapat mengetahui sampel atau populasi dan objek penelitian yang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif dan verifikasi, yang didasarkan pada penjelasan dan domain penelitian, adalah jenis penyelidikan yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan menggunakan ciri-ciri dan fungsi pasar sebagai contoh, penelitian deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan sesuatu. (Malhotra et al., 2017). Penelitian deskriptif dapat memberikan gambaran yang terperinci mengenai pandangan responden terhadap *service innovation* yang terdiri dari *ease of use*, *efficiency*, *convenient* dan *control*, selain itu gambaran sikap yang terdiri dari *affective*, serta gambaran mengenai *word of mouth intention* yaitu *positive things*, *recommendation* dan *solicitation* pada Bobocabin di Bandung.

Memahami variabel mana yang mempengaruhi fenomena pemasaran (variabel independen) dan variabel mana yang dipengaruhi olehnya (variabel dependen) merupakan salah satu tujuan penelitian verifikasi, yang berupaya memperoleh bukti empiris hubungan sebab-akibat (Malhotra et al., 2017). Untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang bagaimana *service innovation* mempengaruhi niat pengunjung hotel untuk merekomendasikan Bobocabin dari *word of mouth intention*, penelitian lapangan dilakukan untuk memvalidasi hipotesis dengan mengumpulkan data.

Penelitian eksploratif adalah pendekatan yang diambil, sebagaimana ditunjukkan oleh jenis penelitian yang digunakan (Malhotra et al., 2017). Penelitian eksplorasi merupakan suatu kondisi yang mendahului generalisasi induktif yang terjadi selama deteksi fenomena, menurut Eisend & Kuss, 2019 Ini melibatkan identifikasi pola deskriptif. Tujuan pendekatan ini adalah untuk mengetahui sudut pandang sebagian populasi (sampel) mengenai subjek yang diteliti melalui pengumpulan data melalui kuesioner.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menetapkan variabel terukur yang sesuai untuk pengujian sebagai pengganti konsep atau konstruksi merupakan operasi variabel (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdiri dari dari tiga variabel yaitu variabel *independen service innovation* (X), variabel *intervening* sikap (Y) dan variabel

dependen word of mouth intention (Z). Secara lengkap operasinalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1

Operasional

Variabel

berikut:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

| Variabel | Dimensi | Konsep Dimensi | Ukuran | Skala | No. Item |
|---------------------------|--------------------|---|---|---------|----------|
| (1) | (2) | (3) | (5) | (6) | (7) |
| <i>Service Innovation</i> | <i>Ease of Use</i> | Mengacu pada sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan produk / layanan tertentu akan tanpa usaha. (Jinkyung Jenny, 2020) | Tingkat pelayanan karyawan dalam menjelaskan penggunaan fitur IoT kepada tamu yang menginap di Bobocabin | Ordinal | 1 |
| | | | Tingkat preferensi tamu untuk memilih menggunakan kemudahan fitur IoT selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 2 |
| | | | Tingkat kemudahan interaksi penggunaan fitur IoT yang digunakan oleh tamu selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 3 |
| | | | Tingkat kesulitan penggunaan fitur IoT yang digunakan oleh tamu selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 4 |
| | <i>Efficiency</i> | Menjelaskan sifat teknologi dalam menghemat tenaga dan waktu wisatawan, dan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik daripada pilihan lain. (Jinkyung Jenny, 2020) | Tingkat kenyamanan yang dirasakan tamu dalam menggunakan fitur IoT yang efisien selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 5 |
| | | | Tingkat kecepatan fitur IoT yang digunakan tamu dalam memesan dan menerima layanan selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 6 |

| Variabel | Dimensi | Konsep Dimensi | Ukuran | Skala | No. Item |
|----------|-------------------|---|--|---------|----------|
| | | | Tingkat efisiensi tamu dalam meminta dan menriman produk atau layanan selama menggunakan fitur Iot di Bobocabin | Ordinal | 7 |
| | | | Tingkat efisiensi masa menginap tamu dengan menggunakan fitur IoT di Bobocabin | Ordinal | 8 |
| | <i>Convenient</i> | Menyajikan kualitas teknologi mutakhir untuk memungkinkan pelanggan merasakan produk dan layanan tanpa batasan waktu dan tempat. (Jinkyung Jenny, 2020) | Tinggkat kenyamanan tamu dalam memesan dan merima produk atau layanan selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 9 |
| | | | Tingkat kemudahan untuk terhubung dalam berbagai layanan yang dirasakan tamu hotel selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 10 |
| | | | Tingkat kenyamanan penggunaan fitur IoT dalam memberikan manfaat bagi tamu selama menginap di Bobocabin | Ordinal | 11 |
| | | | Tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh tamu terhadap layanan fitur IoT yang tersedia di Bobocabin | Ordinal | 12 |
| | <i>Control</i> | Mengacu pada sejauh mana kendali yang dimiliki oleh seseorang yang menggunakan teknologi. (Jinkyung Jenny, 2020) | Tingkat kendali yang dirasakan tamu dalam memesan dan menerima produk atau layanan yang diinginkan selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | Ordinal | 13 |

| Variabel | Dimensi | Konsep Dimensi | Ukuran | Skala | No. Item |
|--|------------------|---|--|---------|----------|
| | | | Tingkat kendali yang dirasakan tamu dalam efisiensi memesan dan menerima produk atau layanan selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | Ordinal | 14 |
| | | | Tingkat kendali yang dirasakan tamu dalam proses check-in/out selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | Ordinal | 15 |
| | | | Tingkat kendali yang dirasakan tamu selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | Ordinal | 16 |
| Sikap merupakan suatu tindakan evaluasi atau penilaian sejauh mana seseorang menyukai atau tidak menyukai dari suatu tindakan konsumsi barang atau jasa (Azjen, 2010). | | | | | |
| Sikap | <i>Affective</i> | Penentuan sikap atas evaluasi dalam penilaian terhadap jasa atau barang Dinyatakan sebagai sikap yang disukai atau tidak Disukai (Xiongzhi Wang et al, 2019). | Tingkat kualitas yang dirasakan wisatawan terhadap fitur layanan berbasis IoT selama menginap di Bobocabin. | Ordinal | 17 |
| | | | Tingkat keuntungan yang dirasakan wisatawan terhadap fitur layanan berbasis IoT selama menginap di Bobocabin. | Ordinal | 18 |
| | | | Tingkat kesukaan yang dirasakan wisatawan terhadap fitur layanan berbasis IoT selama menginap di Bobocabin. | Ordinal | 19 |

| Variabel | Dimensi | Konsep Dimensi | Ukuran | Skala | No. Item |
|--------------------------------|--|--|---|---------|----------|
| | | | Tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan terhadap fitur layanan berbasis IoT selama menginap di Bobocabin. | Ordinal | 20 |
| | <i>Word of Mouth Intention</i> merupakan kemungkinan pelanggan untuk berbagi informasi positif dan merekomendasikan produk atau pelayanan yang pernah dirasakan kepada orang lain melalui komunikasi (Nina Meilatinova 2021) | | | | |
| <i>Word of Mouth Intention</i> | <i>Positive things</i> | Tindakan seseorang untuk memberitakan atau menceritakan hal-hal positif mengenai produk yang dikonsumsi kepada orang lain. (Agag2016, Prevista Fakhrun 2015, Jinkyung Jenny2020) | Tingkat keinginan wisatawan untuk menceritakan yang positif tentang Bobocabin kepada teman, rekan, dan keluarga | Ordinal | 21 |
| | | | Tingkat keinginan wisatawan untuk memberikan ulasan yang positif terhadap Bobocabin di website dan sosial media | Ordinal | 22 |
| | <i>Recommendation</i> | Tindakan seseorang untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain yang membutuhkan informasi mengenai produk yang berkualitas. (Agag2016, Prevista Fakhrun 2015, Jinkyung Jenny2020) | Tingkat keinginan wisatawan untuk merekomendasikan Bobocabin kepada teman, rekan, dan keluarga | Ordinal | 23 |
| | | | Tingkat keinginan wisatawan untuk merekomendasikan Bobocabin di sosial media | Ordinal | 24 |
| | <i>Solicitation</i> | Tindakan seseorang untuk mengajak orang lain agar menggunakan produk yang telah dikonsumsi (Agag2016, Prevista Fakhrun 2015, Jinkyung Jenny2020) | Tingkat keinginan wisatawan untuk mengajak orang lain menginap di Bobocabin | Ordinal | 25 |

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023)

Latifah Khoirunnas, 2024

Pengaruh Inovasi Layanan Pada Bobocabin Sebagai Smart Hotel Terhadap Word of Mouth Intention Melalui Sikap Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.2 Jenis dan Sumber Data

Tidak dapat dipungkiri bahwa penelitian harus dibuktikan dengan data. Malhotra et al., 2014 mendefinisikan data terdiri dari dua jenis berbeda: primer dan sekunder. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti juga menggunakan sumber informasi primer dan sekunder, yaitu:

1. Data primer adalah data yang berasal dari peneliti untuk tujuan tertentu dalam mengatasi masalah dalam penelitian. Data disesuaikan untuk pengambilan keputusan organisasi yang bersifat terfokus dan eksklusif.
2. Data sekunder terdiri dari informasi yang awalnya dikumpulkan untuk tujuan yang tidak berkaitan dengan penyelesaian pertanyaan penelitian.

Untuk lebih memahami data dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan menampilkannya sebagai berikut pada Tabel 3.2: Jenis dan Sumber Data.

Tabel 3. 2
Jenis Dan Sumber Data

| No. | Jenis Data | Sumber Data | Jenis Data |
|-----|---|--|------------|
| 1. | Karakteristik responden | Penyebaran kuesioner pada orang yang pernah menginap di Bobocabin | Primer |
| 2. | Tanggapan wisatawan mengenai penerapan inovasi layanan yang dilakukan oleh Bobocabin | Penyebaran kuesioner pada orang yang pernah menginap di Bobocabin. | Primer |
| 3. | Tanggapan sikap wisatawan setelah merasakan inovasi layanan yang dilakukan oleh Bobocabin | Penyebaran kuesioner pada orang yang pernah menginap di Bobocabin | Primer |
| 4. | Tanggapan wisatawan mengenai <i>word of mouth intention</i> di Bobocabin | Penyebaran kuesioner pada orang yang pernah menginap di Bobocabin | Primer |
| 5. | Respon pengunjung secara <i>online</i> terhadap Bobocabin | Website OTA | Sekunder |
| 6. | Data kunjungan wisatawan ke Bobocabin | Pengelola Bobocabin | Sekunder |

Sumber: Pengolahan Data, 2023

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Malhotra et al., 2017 menjelaskan bahwa, untuk keperluan riset pemasaran, populasi adalah jumlah dari semua elemen yang dibagi lagi menurut serangkaian karakteristik umum dan oleh karena itu merupakan suatu alam semesta. Data mengenai parameter populasi dapat diperoleh melalui pelaksanaan sensus atau sampel. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menginap pada Bobocabin Cikole terhitung dari tahun 2021 hingga 2023 mencapai 2527 wisatawan dan pada Bobocabin Rancaupas terhitung dari tahun 2021 hingga 2023 mencapai 2371 wisatawan, sehingga jumlah populasi untuk penelitian ini adalah 4898 wisatawan.

3.2.4.2 Sampel

Sampel mengacu pada sebagian kecil atau subkumpulan suatu populasi, yang merupakan kelompok yang lebih luas (Eisend & Kuss, 2019). Sampel yang ideal adalah sebagian yang mewakili seluruh populasi yang diwakilinya. Untuk memungkinkan generalisasi selanjutnya, keberadaan sampel perlu diselidiki. Berdasarkan analisis sampel, dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian ini terdiri dari sebagian populasi, khususnya pengunjung yang berkunjung ke Bobocabin. Pembuatan nilai numerik dari sampel populasi yang telah ditentukan memerlukan pengukuran yang tepat. Hair et al., (2010) dalam hal ukuran absolut, peneliti biasanya menganalisis sampel yang terdiri dari 100 responden atau lebih, dibandingkan dengan sampel yang berjumlah kurang dari 50 responden. Sampel diukur dalam penyelidikan ini menggunakan rumus Hair et la., (2010). Konsekuensinya, ukuran sampel dapat dipastikan dengan memanfaatkan hasil perhitungan sampel minimum. Persyaratan ukuran sampel minimum adalah (jumlah indikator dikalikan lima sampai sepuluh). Maka untuk sampel pada penelitian ini adalah jumlah indikator $(25) \times (10)$ yaitu **250 responden**.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Pengambilan sampel melibatkan pemilihan dari populasi yang lebih besar secara sengaja. Berbagai metode ada untuk mencapai hal ini, yang dapat

diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: pengambilan sampel probabilitas dan pengambilan sampel non-probabilitas (Eisend & Kuss, 2019). Pengambilan sampel disebut juga dengan teknik *sampling*, Sandu Siyoto dan Muhammad Ali, (2015) sebagai teknik pengambilan sampel, diklasifikasikan menjadi dua kategori berbeda: *sampling* probabilitas dan *sampling* nonprobabilitas.

Pengambilan sampel probabilitas memastikan bahwa setiap elemen populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini dibagi menjadi beberapa teknik berikut: pengambilan sampel acak sederhana, pengambilan sampel acak bertingkat proporsional, pengambilan sampel acak bertingkat tidak proporsional, dan pengambilan sampel *cluster*. Sebaliknya, pengambilan sampel non-probabilitas tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini diklasifikasikan sebagai berikut: *snowball sampling*, *purposive sampling*, jenuh *sampling*, kuota *sampling*, dan aksidental *sampling*.

Pengambilan sampel acak sistematis digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. *Systematic random sampling*, yakni pengambilan sampel pertama dilakukan secara acak, sedangkan sampel selanjutnya dipilih secara sistematis diurutkan berdasarkan interval yang sudah ditentukan (Creswell & David Creswell, 2018).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Jhon Creswell & David Creswell, 2018 penelitian kuantitatif dapat menggunakan wawancara terstruktur atau kuesioner sebagai metode pengumpulan data untuk menggeneralisasi temuan dari sampel ke seluruh populasi. Akuisisi data adalah fase penting dalam penyelidikan ilmiah karena memberikan informasi yang diperlukan untuk tujuan penelitian. Informasi yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan dengan cara berikut:

1. Wawancara, yaitu suatu metode perolehan data yang dilakukan di hadapan orang yang diwawancarai. Peneliti melakukan wawancara kepada manajemen guna memperoleh informasi terkait mengenai profil perusahaan dan data pendukung lain yang diperlukan untuk penelitian ini.

2. Kajian pustaka, yaitu pengumpulan data melalui pemeriksaan buku, makalah, jurnal, dan homepage/website, guna memperoleh informasi mengenai teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti (khususnya inovasi, sikap, dan niat berperilaku).
3. Kuesioner: Metode pengumpulan data ini bersifat tidak langsung, yaitu peneliti tidak menanyakan secara eksplisit pemikiran dan jawaban responden. Kuesioner terdiri dari beberapa daftar pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya yang dapat dijawab oleh responden. Survei ini dikembangkan menggunakan platform Google Formulir. Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai atribut peserta, pengalaman langsung mereka dengan sikap inovasi layanan, dan niat mereka untuk merekomendasikan Bobocabin kepada wisatawan dari mulut ke mulut. Metodologi ini digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada peserta melalui formulir *online*, sehingga memudahkan mereka mengakses kuesioner.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang dikumpulkan akan diolah untuk diinterpretasikan informasinya sehingga dapat diamati pengaruh variabel service *innovation* (X) terhadap sikap (Y) dan variabel *word of intention* (Z). Melakukan pengujian terhadap kuesioner diperlukan untuk mengevaluasi kepraktisan pertanyaan yang terkandung di dalamnya. Penilaian awal atas validitas dan reliabilitas dapat dilakukan untuk memastikan integritas dan kaliber data. Penilaian instrumen penelitian dapat dilakukan terhadap partisipan hipotetis atau pada kohort tambahan yang tidak terdiri dari partisipan hipotetis. Untuk melaksanakan uji instrumen diperlukan minimal 30 responden atau calon responden (Malhotra et al., 2017).

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk menilai derajat kesesuaian antara data yang sudah ada dengan data empiris yang ada pada subjek penelitian. Validitas menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie, (2010) adalah suatu metode untuk menilai kualitas pengembangan suatu instrumen dengan

memeriksa sejauh mana tahapan tertentu dirancang untuk mengukur variabel tertentu. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui item kuesioner mana yang valid dan mana yang tidak. Tujuan dari butir-butir angket yang dievaluasi pada saat uji validitas adalah untuk mengetahui mana yang valid dan mana yang tidak. Kegunaan suatu instrumen meningkat secara proporsional dengan validitasnya. Penelitian ini menguji validitas instrumen pengukuran *service innovation* (X), sikap (Y), dan *word of mouth intention* (Z).

Kriteria validitas konstruk diterapkan pada penelitian ini, yang mengukur sejauh mana instrumen yang dikembangkan sesuai secara teoritis dengan konstruk yang disusun peneliti yang sedang dinilai. Untuk menilai validitas digunakan rumus korelasi *product moment* dengan cara 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: Muri Yusuf (2017:248)

Keterangan:

n = Jumlah responden

R_{xy} = Koefisien korelasi tes yang disusun dengan kriteria

X = Skor masing-masing responden variabel X (tes yang disusun)

Y = Skor masing-masing responden variabel Y (tes kriteria)

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam menentukan perlu tidaknya verifikasi validitas responden adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).
3. Dilakukan perbandingan antara nilai r dengan r tabel dengan menggunakan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
4. Nilai r_{tabel} sebesar 0,279 diperoleh berdasarkan jumlah kuesioner yang diperiksa sebanyak 50 responden, tingkat signifikansi 5% (0,05), dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($50-2=48$).

Hasil penilaian tingkat kesehatan setiap item pertanyaan diperoleh dari perhitungan yang dilakukan dengan SPSS *Statistics 25 for Windows*. Hasil uji

validitas yang dilakukan terhadap 50 responden disajikan pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas

| No. | Item | F _{hitung} | f _{tabel} | Keterangan |
|---------------------------|--|---------------------|--------------------|--------------|
| <i>Service Innovation</i> | | | | |
| <i>Ease of Use</i> | | | | |
| 1. | Pelayanan karyawan dalam menjelaskan penggunaan fitur IoT yang tersedia di Bobocabin | 0,845 | 0,279 | Valid |
| 2. | Preferensi dalam memilih menggunakan kemudahan fitur IoT selama menginap di Bobocabin | 0,743 | 0,279 | Valid |
| 3. | Kemudahan interaksi fitur IoT yang digunakan di Bobocabin | 0,801 | 0,279 | Valid |
| 4. | Kesulitan penggunaan fitur IoT yang digunakan di Bobocabin | 0,527 | 0,279 | Valid |
| <i>Efficiency</i> | | | | |
| 5. | Kenyamanan yang dirasakan dalam menggunakan fitur IoT yang efisien selama menginap di Bobocabin | 0,739 | 0,279 | Valid |
| 6. | Kecepatan fitur IoT yang digunakan dalam memesan dan menerima layanan di Bobocabin | 0,859 | 0,279 | Valid |
| 7. | Efisiensi dalam meminta dan menerima produk atau layanan selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | 0,880 | 0,279 | Valid |
| 8. | Efisiensi masa menginap dengan menggunakan fitur IoT di Bobocabin | 0,775 | 0,279 | Valid |
| <i>Convenient</i> | | | | |
| 9. | Kenyamanan dalam memesan dan menerima produk atau layanan di Bobocabin | 0,778 | 0,279 | Valid |
| 10. | Kemudahan untuk terhubung dalam berbagai layanan yang selama menginap di Bobocabin | 0,818 | 0,279 | Valid |
| 11. | Kenyamanan penggunaan fitur IoT dalam memberikan manfaat di Bobocabin | 0,812 | 0,279 | Valid |
| 12. | Kenyamanan yang dirasakan terhadap layanan fitur IoT yang tersedia di Bobocabin | 0,831 | 0,279 | Valid |
| <i>Control</i> | | | | |
| 13. | Kendali yang dirasakan dalam memesan dan menerima produk atau | 0,856 | 0,279 | Valid |

| No. | Item | F _{hitung} | f _{tabel} | Keterangan |
|--------------------------------|---|---------------------|--------------------|--------------|
| | layanan yang diinginkan selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | | | |
| 14. | Kendali yang dirasakan dalam efisiensi memesan dan menerima produk atau layanan selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | 0,798 | 0,279 | Valid |
| 15. | Kendali yang dirasakan dalam proses check-in/out selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | 0,864 | 0,279 | Valid |
| 16. | Kendali yang dirasakan selama menggunakan fitur IoT di Bobocabin | 0,766 | 0,279 | Valid |
| Sikap | | | | |
| <i>Affective</i> | | | | |
| 17. | Kualitas yang dirasakan terhadap fitur layanan berbasis IoT di Bobocabin | 0,805 | 0,279 | Valid |
| 18. | Keuntungan yang dirasakan terhadap fitur layanan berbasis IoT di Bobocabin | 0,729 | 0,279 | Valid |
| 19. | Rasa suka yang dirasakan terhadap fitur layanan berbasis IoT di Bobocabin | 0,785 | 0,279 | Valid |
| 20. | Kepuasan yang dirasakan terhadap fitur layanan berbasis IoT di Bobocabin | 0,694 | 0,279 | Valid |
| <i>Word of Mouth Intention</i> | | | | |
| <i>Positive Things</i> | | | | |
| 21. | Keinginan untuk menceritakan yang hal positif tentang Bobocabin kepada teman, rekan, dan keluarga | 0,864 | 0,279 | Valid |
| 22. | Keinginan untuk memberikan ulasan yang positif terhadap Bobocabin di website dan sosial media | 0,873 | 0,279 | Valid |
| <i>Recommendation</i> | | | | |
| 23. | Keinginan untuk merekomendasikan Bobocabin kepada temen, rekan, dan keluarga | 0,849 | 0,279 | Valid |
| 24. | Keinginan untuk merekomendasikan Bobocabin di sosial media | 0,914 | 0,279 | Valid |
| <i>Solicitation</i> | | | | |
| 25. | Keinginan untuk mengajak orang lain menginap di Bobocabin | 0,803 | 0,279 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil pengujian validitas diketahui bahwa setiap pertanyaan mengenai *service innovation* (X), sikap (Y), dan *Word of Mouth*

Intention (Z) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) Oleh karena itu, validitas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dapat ditegaskan. Suatu kueri dianggap valid bila berfungsi sebagai instrumen yang sesuai untuk mengukur konsep yang dimaksudkan. Variabel “inovasi pelayanan” (X) terdiri dari enam belas pertanyaan valid. Pertanyaan 15, yang berkaitan dengan dimensi kontrol (X1.15), menunjukkan nilai r hitung tertinggi (0,864). Sebaliknya, pertanyaan 4 yang juga berada pada dimensi kemudahan penggunaan (X1.4) menunjukkan nilai r hitung terendah (0,527). Pada variabel sikap (Y) terdiri dari 4 (empat) pertanyaan yang semua dinyatakan valid, dengan nilai tertinggi r_{hitung} terdapat pada pertanyaan 17 sebesar 0.805 sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada pertanyaan 20 dengan nilai 0.695. Variabel *word of mouth intention* (Z) memiliki nilai dimensi paling tinggi pada pertanyaan 24 yaitu sebesar 0.914, sedangkan untuk nilai r_{hitung} yang paling rendah terdapat pada pertanyaan 25 yaitu sebesar 0.803.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uma Sekaran & Roger Bougie, (2010) mendefinisikan reliabilitas sebagai penilaian terhadap sejauh mana suatu alat ukur secara konsisten menangkap konstruk yang diinginkan. Sejauh mana data bebas dari kesalahan ditunjukkan oleh keandalannya, yang memastikan bahwa pengukuran yang konsisten dapat diperoleh dari semua instrumen. Melakukan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk memastikan sejauh mana suatu item pertanyaan secara akurat mengukur variabel yang diselidiki (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016). Bila hasil pengujian instrumen relatif konsisten maka dikatakan instrumen penelitian mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi. Untuk menilai kestabilan suatu alat ukur dilakukan uji reliabilitas.

Reliabilitas konsistensi internal digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar unsur dalam instrumen penelitian. Alphacronbach digunakan untuk melakukan analisis reliabilitas. Karena rentang nilai skala *Likert* dari 1 sampai 5, maka rumus *Cronbach alpha* digunakan untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini. Berikut rumus Cronbach alpha:

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

Sumber: Uma Sekaran & Roger Bougie, 2016

Keterangan:

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

k = Banyaknya butir pertanyaan

r_{11} = Reliabilitas instrumen

σ^2 = Varians total

Untuk menghitung jumlah varian item, seseorang harus menemukan nilai varians yang terkait dengan setiap item dan kemudian menambahkannya dengan cara berikut:

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

Sumber: Husein Umar, 2008

Keterangan:

n = Jumlah responden

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Penentuan untuk menilai keandalan item instrumen bergantung pada kriteria berikut:

1. Jika *croanbach alpha* > 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *croanbach alpha* < 0,700 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Tingkat keandalan lebih besar ketika nilai Cronbach's Alpha mendekati 1, menurut temuan perhitungan SPSS Statistics 20 untuk Windows.

Hasil reliabilitas yang diperoleh disajikan pada Tabel 3.4 di bawah ini.

Nilai *rtabel* sebesar 0,279 diperoleh dengan memanfaatkan jumlah kuesioner yang diujikan kepada 50 responden pada taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan ($df = n-2$) ($50-2 = 48$). Hasil uji reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.0 *for Windows* menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai r hitung yang melebihi *rtabel* sehingga menunjukkan ketergantungannya. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.4 di bawah ini.

Tabel 3. 4
Hasil Pengujian Reabilitas

| No. | Variabel | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|-----|--------------------------------|---------------------|--------------------|-----------------|
| 1. | <i>Service Innovation</i> | 0,959 | 0,279 | Reliabel |
| 2. | <i>Sikap</i> | 0,889 | 0,279 | Reliabel |
| 3. | <i>Word of Mouth Intention</i> | 0,910 | 0,279 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

3.2.7 Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperoleh terkumpul, selanjutnya diolah dan dianalisis. Untuk melengkapi informasi yang diperlukan dan memvalidasi hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian, dilakukan pengolahan data. Tujuan penggunaan teknik analisis data adalah untuk menguji hipotesis untuk menjawab pertanyaan yang disajikan. Dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya, penelitian ini menyelidiki variabel-variabel berikut: *service innovation*, sikap dan *word of mouth intention*.

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan variabel penelitian. Tujuan analisis deskriptif adalah untuk mereduksi kumpulan data yang belum diproses menjadi informasi yang mudah dipahami. Dengan melakukan analisis data deskriptif, data yang diperoleh diklasifikasi, diinterpretasikan, dan selanjutnya dianalisis untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai variabel-variabel melalui serangkaian analisis sebagai berikut:

1. Analisis Perulangan adalah distribusi matematis yang berupaya memastikan jumlah respons yang terkait dengan berbagai nilai suatu variabel untuk menghitung persentase dari angka tersebut. (Malhotra et al., 2017).
2. Analisis *cross tabulation* merupakan teknik statistik yang mendeskripsikan dua variabel atau lebih secara bersamaan yang memiliki sejumlah kategori atau nilai yang berbeda dan kemudian menghasilkan tabel yang mencerminkan distribusi gari gabungan variabel tersebut (Malhotra et al., 2017).

3. Dengan menggunakan perhitungan skor ideal, ditentukan tinggi rendahnya pengaruh variabel-variabel yang menjadi objek penelitian. Rumus untuk menentukan nilai optimal adalah sebagai berikut.
 - a. Nilai Indeks Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden
 - b. Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden
 - c. Jenjang Variabel = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum
 - d. Jarak Variabel = Jenjang : Banyak Interval
4. Analisis data deskriptif mengenai *service innovation* pada Bobocabin melalui empat dimensi yaitu *efficiency, ease of use, convenient* dan *control*.
5. Analisis data deskriptif mengenai sikap pada Bobocabin melalui dimensi yaitu *affective*.
6. Analisis data deskriptif mengenai *word of mouth intention* pada Bobocabin melalui tiga dimensi yaitu *positive things, recommendation* dan *solicitation*.

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah analisis deskriptif selesai dan sebelum pengumpulan seluruh data dari responden dilakukan analisis verifikatif. Analisis verifikasi adalah pemeriksaan yang dilakukan untuk memvalidasi keakuratan pengetahuan yang telah ditetapkan, yang mencakup konsep, prinsip, prosedur, postulat, dan praktik ilmiah. Untuk menguji hipotesis secara statistik, diperlukan analisis verifikasi; tujuannya adalah untuk mengungkap perilaku variabel penelitian. Analisis jalur selanjutnya dilakukan dalam proses pengujian hipotesis yang menggunakan metode analisis verifikasi sebagai teknik analisisnya. Penelitian ini menggunakan skala ordinal, yaitu skala berdasarkan peringkat yang menunjukkan hierarki preferensi atau penilaian. Skala ordinal digunakan tidak hanya untuk mengklasifikasikan perbedaan kualitatif antar variabel, namun juga untuk memungkinkan pemeringkatan kategori-kategori ini secara bermakna. (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *service innovation* (X) dan sikap (Y) terhadap *word of*

mouth intention (Z). Teknik analisis data dilakukan dengan *methode of successive interval* (MSI) dikarenakan skala yang digunakan adalah ordinal.

1. Method of Successive Interval

Penelitian ini menggunakan skala ordinal, yang berupa sistem peringkat untuk menunjukkan hierarki preferensi atau penilaian. Skala ordinal tidak hanya memfasilitasi klasifikasi perbedaan kualitatif antar variabel, namun juga memungkinkan pemeringkatan kategori-kategori tersebut secara bermakna (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian verifikasi dengan analisis jalur menggunakan data matriks skala interval untuk mengukur variabel; oleh karena itu, Metode Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah semua data ordinal yang dikumpulkan menjadi skala interval.

2. Pengujian Asumsi Klasik

Karena analisis jalur menggunakan teknik regresi linier, maka perlu untuk mengidentifikasi asumsi-asumsi yang dilarang dalam analisis jalur sesuai dengan asumsi umum regresi linier. Dalam analisis jalur, batasan diidentifikasi melalui pengujian asumsi klasik yang secara statistik harus benar.

a. Uji Asumsi Normalitas

Untuk mengetahui apakah data variabel independen, variabel dependen, dan variabel *intervening* pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji asumsi normalitas. Jika distribusi datanya normal, statistik parametrik digunakan untuk analisis data dan pengujian hipotesis. Normalitas merupakan prasyarat awal untuk melakukan analisis regresi. Data untuk model regresi dianggap terdistribusi normal jika berada di tengah garis diagonal diagram probabilitas normal yang memanjang dari kiri bawah ke kanan atas. Sebagai berikut, rumus Kolmogorov-Smirnov dapat diterapkan untuk menguji normalitas:

$$D = |F_s(x) - F_t(x)| \max$$

Sumber: Cooper dan Schindler (2016)

Keterangan :

F_s = distribusi frekuensi kumpulan sampel

F_t = distribusi frekuensi kumpulan teoritis

Latifah Khoirunnas, 2024

Pengaruh Inovasi Layanan Pada Bobocabin Sebagai Smart Hotel Terhadap Word of Mouth Intention Melalui Sikap

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

Data yang berdistribusi normal ditunjukkan dengan nilai asymp.sig (signifikansi) yang melebihi 0,05. Sebaliknya, data yang berdistribusi tidak normal ditentukan oleh nilai asymp.sig (signifikansi) yang berada di bawah 0,05.

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Dengan menggunakan uji asumsi multikolinearitas, dapat diketahui apakah variabel-variabel independen dalam suatu model regresi dipengaruhi oleh koefisien korelasi (r) yang tinggi atau tidak. Untuk mengidentifikasi multikolinearitas, nilai toleransi dan nilai VIF (*variance inflasi factor*) sering digunakan sebagai parameter. Multikolinearitas dianggap tidak ada bila nilai toleransi melebihi 0,10; sebaliknya, hal tersebut diidentifikasi terjadi ketika nilai toleransinya nol atau sama dengan 0,0. Pada pemeriksaan nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas bila nilainya sama dengan atau melebihi 10,00. Namun, hal ini terwujud ketika nilainya turun di bawah 10,00.

Multikolinearitas dapat diukur dengan menggunakan rumus penghitungan VIF koefisien variabel bebas dan besaran VIF:

$$\text{VIF} = 1/(1-R^2)$$

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Dengan menggunakan uji asumsi autokorelasi, dapat diketahui apakah suatu periode t dan periode sebelumnya ($t-1$) berkorelasi. Kelayakan model persamaan regresi ditentukan oleh tidak adanya permasalahan autokorelasi. Jadi, jika masalah autokorelasi teridentifikasi, persamaan regresi menjadi tidak sesuai untuk tujuan prediksi. Gejala autokorelasi diidentifikasi melalui pemanfaatan uji Durbin-Watson (DW), yang dapat dijalankan di IBM SPSS 25 untuk Windows.

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya variansi yang tidak sama antar residu observasi yang berbeda, digunakan uji heteroskedastisitas. Jika varian residu dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya sama, maka residu model regresi yang memenuhi kriteria bersifat homoskedastisitas; jika tidak, variansinya bersifat heteroskedastis. Dengan tidak adanya heteroskedastisitas maka persamaan regresi dapat dianggap memuaskan. Heteroskedastisitas dianggap tidak ada dalam suatu regresi bila nilai t lebih kecil dari nilai kritis dari t tabel dan tingkat signifikansi

melebihi 0,05. Heteroskedastisitas teridentifikasi apabila thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

e. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen dalam suatu model analisis jalur mempunyai koefisien korelasi (r) yang tinggi atau tidak. Untuk mengidentifikasi multikolinearitas, nilai toleransi dan nilai VIF (*variance inflasi factor*) merupakan dua parameter yang sering digunakan. Jika nilai toleransi > 0,10, multikolinearitas tidak terjadi. Multikolinearitas terjadi ketika nilai *tolerance* sama dengan atau < 0,10. Multikolinearitas dianggap tidak terjadi bila nilai VIF < 10,00. Multikolinearitas terjadi ketika nilai VIF sama dengan atau > 10,00.

f. Analisis Korelasi (R)

Menentukan besaran yang menyatakan intensitas hubungan antara dua variabel merupakan tujuan analisis korelasi. Sekaran dan Bougie, (2016) koefisien korelasi +1 atau lebih besar menandakan adanya korelasi positif atau langsung sempurna (*perfect* positif korelasi) antara dua variabel. Korelasi yang demikian menunjukkan bahwa setiap perubahan skor yang tinggi pada satu variabel akan menyebabkan perubahan pada variabel lain yang searah, tanpa ada pengecualian.

Nilai R bervariasi antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan hubungan yang lebih dalam, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan hubungan yang melemah. Rumus berikut digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung Korelasi *Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : Malhotra, Nunan, and David F. Birks (2017)

Keterangan:

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

n = Jumlah sampel

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

Di mana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Dalam memahami mengenai besarnya koefisien korelasi dapat diketahui melalui Tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3. 5
Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi

| Besarnya Nilai | Interpretasi |
|----------------|---------------|
| 0.00 – 0.199 | Sangat Rendah |
| 0.20 – 0.399 | Rendah |
| 0.40 – 0.599 | Sedang |
| 0.60 – 0.799 | Kuat |
| 0.80 – 1.000 | Sangat Kuat |

Sumber: Malhotra, 2014

g. Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan kelanjutan perhitungan setelah melakukan analisis korelasi. Koefisien determinasi yang dihitung dalam persentase (%) dengan menggunakan rumus berikut ini digunakan untuk memastikan apakah pengaruh variabel bebas dan variabel terikat yang dipertimbangkan cukup besar atau dapat diabaikan.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan

3.2.7.3 Pengujian Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur selanjutnya dilakukan dalam proses pengujian hipotesis yang menggunakan metode analisis verifikasi sebagai teknik analisisnya. Analisis jalur merupakan salah satu bentuk analisis statistik multivariat yang dimasukkan ke dalam model regresi. Tujuannya adalah untuk menguji hubungan sebab akibat antara dua variabel. Analisis jalur digunakan karena diagram jalur memudahkan penerjemahan hipotesis, memungkinkan identifikasi variabel sebab-akibat (eksogen) dan variabel konsekuensi (endogen). Selain itu, analisis jalur mencoba menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung dari satu atau lebih variabel

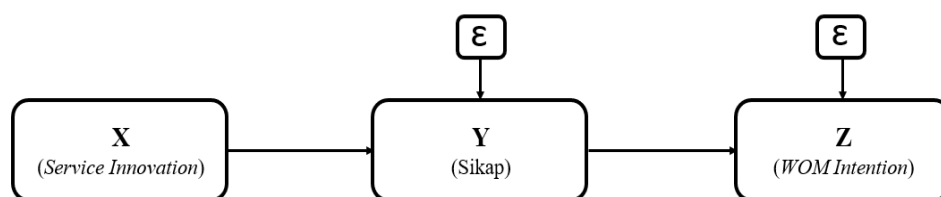
terhadap satu atau lebih variabel lain sebagai variabel pengaruh, dengan menggunakan variabel tersebut sebagai variabel sebab akibat. Melalui variabel *intervening*, suatu variabel independen dapat memberikan pengaruh tidak langsung terhadap variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Sebagai variabel eksogen yaitu *service innovation* (X), sikap (Y), variabel endogen yaitu *word of mouth intention* (Z). Proses analisis jalur (path analysis) akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menyusul model kausal
- 2) Menyusun Persamaan Struktural
- 3) Tentukan persentase bagian sisa yang tidak dapat diperhitungkan oleh model dengan menghitung pengaruh langsung menggunakan rumus $1-R^2$. Koefisien jalur untuk suku sisa juga $1-R^2$.
- 4) Pengaruh tidak langsung dapat dihitung melalui perkalian koefisien jalur.
- 5) Melakukan uji koefisien jalur

Untuk menilai tingkat signifikansi setiap jalur yang ditunjukkan oleh nilai t dan untuk memudahkan interpretasi data mengenai pengaruh masing-masing variabel dalam model, penulis mengklasifikasikan hubungan asosiasi menjadi lemah, sedang, atau kuat sesuai dengan tingkat signifikansinya.

- 1) Menyusun Model Kausal

Gambar berikut adalah Struktural antar Variabel



GAMBAR 3. 1
Struktural Hubungan Kausal Variabel X, Y, Z

Persamaan Struktural :

$$Z = \rho_{yx1} + \rho_{yx2} + \varepsilon_2$$

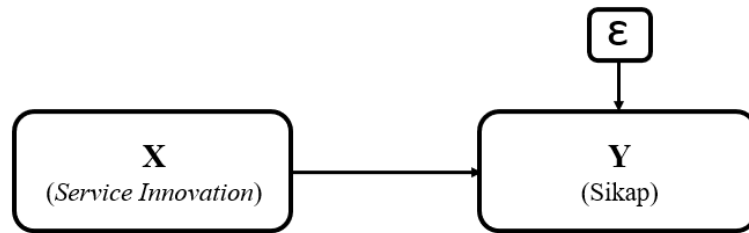
- 2) Menyusun Persamaan Struktural (*structural Equation*)

Latifah Khoirunnas, 2024

Pengaruh Inovasi Layanan Pada Bobocabin Sebagai Smart Hotel Terhadap Word of Mouth Intention Melalui Sikap

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

Tepatnya, persamaan struktural terdiri dari substruktur berikut:

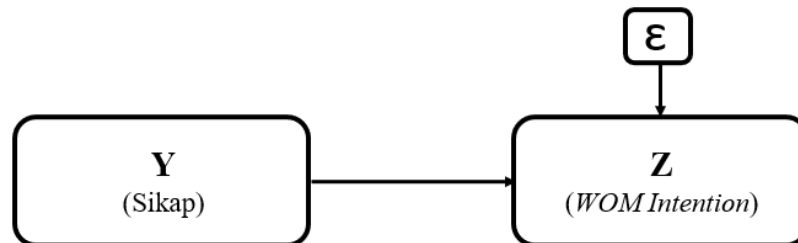


GAMBAR 3. 2
Diagram Jalur Sub Struktur 1: X terhadap Y

Persamaan struktural:

$$X_2 = \rho_{yx1} + \varepsilon_1$$

Diagram Jalur Sub-struktur 2:



GAMBAR 3. 3
Diagram Jalur Sub-Struktur 1: Y terhadap Z

Persamaan structural:

$$Y = \rho_{x2} + \varepsilon_2$$

3) Menghitung Efek Langsung (*direct effect*) dan tidak langsung

4) Menguji signifikansi pengaruh Y terhadap Z

a. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\varepsilon_1} = \sqrt{1 - R^2_Y(X_1, \dots, Y_2)}$$

b. Keputusan penerimaan atau perolehan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0: \rho_{YX_1} = \rho_{X_j} = 0$$

H_1 : Sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_1} \neq \rho_{X_j}$; $i \neq j$

Statistik uji dihitung menggunakan rumus distribusi F-Snedecor dengan derajat kebebasan $V_1 = k$ dan $V_2 = n-k-1$:

Latifah Khoirunnas, 2024

Pengaruh Inovasi Layanan Pada Bobocabin Sebagai Smart Hotel Terhadap Word of Mouth Intention Melalui Sikap

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

$$F = \frac{(n-k-1)R^2 yx_1x_2}{k(1-R^2 yx_1x_2)}$$

Kriteria pengujian: Ditolak H_0 jika nilai hitung F lebih besar dari nilai tabel F . ($F_a > F_{\text{tabel}}(k, n-k-1)$).

Hasil F -hitung dibandingkan dengan tabel distribusi F *Snedecor*, apabila F -hitung $\geq F$ -tabel, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, digunakan rumus t :

$$t_1 = \frac{PYX_1}{\sqrt{\frac{(1-R^2 YX_1 X_2)}{(n-k-1)(1-R^2 X_2 X_1)}}}$$

Di mana:

k = banyaknya variabel eksogen dalam substruktur yang sedang diuji

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel lain (ϵ) digunakan rumus:

$$P_{x_u \epsilon} = \sqrt{1 - R^2 x_u(x_1, x_2, \dots, x_k)}$$

3.2.7.4 Pengujian Hipotes

Dalam analisis data, tahap akhir melibatkan pengujian hipotesis. Tahap ini berupaya memastikan apakah terdapat hubungan yang berbeda dan dapat diandalkan antara variabel terikat dan variabel bebas. Pada akhirnya, hasilnya adalah penentuan apakah hipotesis yang dirumuskan H_0 ditolak atau H_1 diterima. Dalam penelitian ini, desain hipotesisnya adalah sebagai berikut:

a. Secara Simultan

Berikut kriteria untuk mencapai keputusan mengenai hipotesis yang diajukan:

Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak artinya *service innovation* tidak berpengaruh terhadap sikap dan *word of mouth intention*.

Jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima artinya *service innovation* berpengaruh terhadap sikap dan *word of mouth intention*.

Rumusan hipotesisnya adalah:

$H_0: \rho_{Y_2Y_1X} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *service innovation* berpengaruh terhadap sikap dan *word of mouth intention*.

$H_1: \rho_{Y_2Y_1X} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *service innovation* terhadap *word of mouth intention* melalui sikap.

b. Secara Parsial

1. $H_0: \rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *ease of use* terhadap sikap.

$H_1: \rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *ease of use* terhadap sikap.

2. $H_0: \rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *efficiency* terhadap sikap.

$H_1: \rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan *efficiency* terhadap sikap.

3. $H_0: \rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *convenient* terhadap sikap.

$H_1: \rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *convenient* terhadap sikap.

4. $H_0: \rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *control* terhadap sikap.

$H_1: \rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *control* terhadap sikap.

5. $H_0: \rho_{YX1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *sikap* terhadap *word of mouth intention*.

$H_1: \rho_{YX1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *sikap* terhadap *word of mouth intention*.