

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian mengandung pengertian selaku bentuk rancangan ataupun pola sebagaimana akan dipergunakan oleh peneliti mulai dari mengumpulkan data, mengolah data secara terstruktur dan sistematis. Metode penelitian sebagaimana dipergunakan didalam studi ini, yakni metode kuantitatif melalui pendekatan korelasional. Penelitian kuantitatif ialah sebuah studi dengan berfokus pada aspek analisis data berupa angka dan diolah menggunakan metode uji statistik untuk menguji hipotesis hubungan antarvariabel sebagaimana dipergunakan dalam meneliti suatu populasi ataupun sampel spesifik melalui instrumen penelitian yang terukur (Sugiyono, 2018). Tujuan penggunaan analisis deskriptif dan verifikatif adalah untuk mendapatkan kebenaran terkait terhadap suatu fenomena yang memiliki sebab-akibat melalui uji hipotesis.

Studi ini mempunyai tujuan guna mencari tahu peran variabel *electronic word of mouth* (X) kepada variabel keputusan berkunjung (Y) di Kawasan Jatigede. Indikator *electronic word of mouth* sebagaimana diteliti ialah *intensity* (frekuensi), *concern for other consumers* (fokus atau kepedulian konsumen), *content* (isi informasi), *opinion valance* (komentar konsumen), dan *helping company* (membantu perusahaan). Indikator keputusan berkunjung yang diteliti, yaitu merek, lokasi, kuantitas, waktu, metode pembayaran. Teknik sebagaimana akan dipergunakan peneliti dalam pengumpulan data penelitian ialah teknik survei, yakni pengumpulan data primer menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner berisikan pernyataan dimana akan dilengkapi oleh responden.



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2 Partisipan

Partisipan merupakan responden dan informan yang berkaitan atau berkontribusi dalam penelitian guna memberikan informasi yang mendukung tujuan penelitian untuk menjawab fenomena yang diteliti. Partisipan sebagaimana dipilih didalam studi ini ialah seperti berikut.

1) Wisatawan Kawasan Jatigede

Wisatawan sebagai partisipan utama dalam penelitian ini guna mendapatkan data sebagaimana dibutuhkan untuk dapat menjawab fenomena yang dimana menjadi permasalahan didalam studi.

2) Dinas Pariwisata Kabupaten Sumedang

Dinas pariwisata dipilih sebagai partisipan dalam penelitian ini guna memperoleh informasi ataupun data kunjungan untuk dijadikan latar belakang dan data yang mendukung penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Penentuan jumlah populasi serta sampel dipergunakan didalam studi menggunakan metode kuantitatif guna menentukan jumlah responden yang dapat dimanfaatkan guna mengumpulkan data berdasarkan karakteristik sebagaimana diperlukan didalam studi.

3.3.1. Populasi

Populasi ialah wilayah bersifat general dimana tersusun atas objek ataupun subjek bersifat spesifik digunakan peneliti sesuai dengan fenomena yang diteliti untuk menarik kesimpulan. Populasi adalah suatu keseluruhan anggota yang diteliti atau yang disebut dengan istilah “*universe*” dan anggota populasinya tidak hanya benda hidup tetapi benda mati juga yang dimana sifat atau karakteristiknya dapat terukur dan diamati (Veronica et al., 2022). Berdasarkan dari pengertian yang diungkapkan oleh beberapa peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi berartikan semua subjek didalam studi. Populasi didalam studi ini ialah pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Jatigede dimana total pengunjung tahun 2023 sebanyak 653.914 pengunjung.

3.3.2. Sampel

Sampel ialah bagian dari total populasi yang mampu mewakili karakter dari keseluruhan populasi. Sampel yang digunakan didalam studi harus refresentatif. Teknik pengambilan sampel *non-probability* memakai metode *purposive sampling* digunakan berdasarkan pertimbangan ataupun parameter spesifik (Veronica et al., 2022). Studi mempergunakan rumus Slovin guna menetapkan banyaknya sampel sebagai perwakilan populasi. Kriteria responden didalam studi ini ialah:

- 1) Bersedia menjadi responden
- 2) Responden berusia dari 15 tahun ke atas
- 3) Responden merupakan pengguna sarana media sosial dan pernah melihat *electronic word of mouth* di Kawasan Jatigede melalui media sosial berupa ulasan, testimoni, komentar dan rekomendasi dari wisatawan sebelumnya.
- 4) Responden merupakan wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi wisata di Kawasan Jatigede dari tahun 2023.

Rumus Slovin yang digunakan oleh peneliti dalam pengambilan sampel ialah seperti berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n adalah jumlah sampel atau jumlah responden

N adalah jumlah dari populasi

e adalah batas atau persentase toleransi dari kesalahan ketelitian dalam pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Ketentuan menggunakan Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) digunakan pada jumlah populasi dengan ukuran besar

Nilai e = 0,2 (20%) digunakan pada jumlah populasi dengan ukuran kecil

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah populasi berjumlah besar, maka persentase nilai e yang akan digunakan dalam studi ini ialah 10%. Maka, perhitungan sampel sebagaimana digunakan didalam studi ini sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{653.914}{1 + 653.914 (0,1)^2} \\ &= 99,98 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel sebagaimana hendak dipergunakan untuk memperoleh data didalam studi ini membutuhkan sebanyak 100 (seratus) responden yang telah dibulatkan dari total pengunjung yang datang ke Kawasan Jatigede.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berartikan suatu perangkat pengukuran dimana digunakan guna mendapatkan data didalam mengukur suatu masalah baik itu fenomena alam ataupun sosial yang menjadi permasalahan dalam studi. Instrumen penelitian sebagaimana dipergunakan dalam studi ini, yakni kuesioner atau angket menggunakan metode survei. Kuesioner dipergunakan sebagai sumber data primer untuk pengumpulan data melalui skala pengukuran mempergunakan skala likert 1-5 yang memungkinkan responden dapat memberikan jawaban yang bervariasi yang akan memudahkan dalam analisis terhadap variabel *electronic word of mouth* dan variabel keputusan berkunjung di Kawasan Jatigede.

3.4.1. Operasional Variabel

Variabel ialah sebuah atribut dimana memiliki variasi spesifik sebagaimana ditentukan peneliti guna dikaji serta dianalisis untuk menjawab suatu fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2018). Variabel didalam studi ini terdapat ada 2 (dua) variabel, yakni variabel independen sebagai variabel *predictor* dan variabel dependen sebagai variabel *output*. Variabel tersebut ialah hal atau fenomena dimana akan menjadi fokus utama dalam sebuah studi. Variabel penelitian dipecah jadi 2 (dua), yakni sebagai berikut.

a. Variabel Independen (*predictor*)

Variabel independen berartikan variabel bersifat bebas, dimana variabel ini menjadi variabel yang mengikat variabel lain ataupun variabel yang mempengaruhi. Variabel independen disebut dengan X.

b. Variabel Dependen (*output*)

Variabel dependen berartikan variabel bersifat terikat. Variabel tersebut akan menjadi variabel akibat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen disimbolkan dengan Y.

Variabel bebas atau variabel independen didalam studi ini ialah *electronic word of mouth* (X). Sementara variabel dependen atau variabel terikat didalam studi ini, yakni keputusan berkunjung (Y). Indikator berasal dari dimensi *electronic word of mouth*, yakni *intensity*, *content*, *opinion valance* (Goyette et al., 2010; Utami & Masyi'ah, 2023). Dimensi *electronic word of mouth* lain yang digunakan, yakni *concern for other consumers* dan *helping company* (Hennig-Thurau et al., 2004;

Nurhidayat et al., 2022). Sementara itu, indikator keputusan berkunjung sebagaimana hendak dipergunakan didalam studi ini, yakni *brand, distribution channel, quantity, timing* dan *payment method* (Kotler et al., 2022).

Operasional variabel adalah variabel sebagaimana dianalisis secara nyata didalam lingkup studi berdasarkan lokasi dan ukuran untuk menjawab fenomena yang diteliti. Operasional variabel sebagaimana dianalisis didalam studi ini yang berisikan variabel, definisi operasional, indikator, ukuran dan nomor soal pernyataan kuesioner sebagaimana ditunjukkan tabel 3.1.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Nomor Soal
1	<i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	<i>Electronic word of mouth</i> ialah jenis komunikasi berbentuk ulasan atau informasi yang dibagikan, kemudian menimbulkan interaksi dengan sesama pengguna <i>platform</i> media sosial terkait destinasi wisata di Kawasan Jatigede	<i>Intensity</i>	1) Frekuensi terkait mencari informasi	1
				2) Frekuensi terkait interaksi pengguna	2
				3) Frekuensi jumlah ulasan	3
			<i>Content</i>	1) Informasi kualitas produk/jasa	4
				2) Informasi harga tiket	5
				3) Media sosial	6,7
			<i>Opinion Valance</i>	1) Komentar bersifat Positif	8
				2) Komentar bersifat Negatif	9
				3) Rekomendasi wisatawan	10
			<i>Concern for other consumers</i>	1) Terbantu mendapatkan informasi	11
				2) Membagikan informasi untuk membantu orang lain	12

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Nomor Soal
				3) Media sosial dimiliki destinasi	13
			<i>Helping Company</i>	1) Merasakan keinginan orang lain untuk memperkenalkan	14
				2) Membantu promosi destinasi	15
2	Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung adalah keputusan yang dibuat oleh wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi berdasarkan beberapa faktor dari indikator yang mendukung terjadinya keputusan dibuat oleh wisatawan ke Kawasan Jatigede.	<i>Brand</i>	Merek destinasi	16,17
			<i>Distribution Channel</i>	Bagaimana cara berkunjung	18,19
			<i>Quantity</i>	Banyak destinasi yang dikunjungi	20,21
			<i>Timing</i>	Pemilihan waktu berkunjung	22,23
			<i>Payment Method</i>	Kemudahan melakukan transaksi	24,25

Sumber: Peneliti, 2024

3.4.2. Skala Pengukuran

Skala ukuran didalam studi ini menerapkan skala likert dengan jumlah 5 (lima) poin untuk menganalisis data. Skala Likert ialah skala dimana diterapkan didalam pengukuran segala asumsi, sikap juga persepsi responden (Veronica et al., 2022). Pengukuran persepsi responden dalam penelitian kuantitatif ini setiap variabel diberikan skor menggunakan skala likert sebagaimana ditunjukkan oleh tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Peneliti, 2024

3.4.3. Uji Validitas

Uji Validitas didalam studi ini ialah uji pertama dimana dilakukan guna menguji valid ataupun tidaknya indikator pernyataan kuesioner untuk mendapatkan data. Uji validitas termasuk kedalam uji instrumen. Uji validitas digunakan untuk melihat data memiliki arti dalam mengukur suatu informasi (Pakpahan et al., 2021). Uji validitas pada penelitian digunakan sebagai derajat ketepatan suatu alat ukur yang dapat memberikan informasi atas isi sesungguhnya dimana ditaksir didalam studi. Penelitian ini akan menggunakan Microsoft Excel dan SPSS 25 untuk menguji validitas. Setiap indikator pertanyaan pada variabel penelitian akan diuji menerapkan metode perhitungan korelasi *bivariate pearson* atau *pearson product moment* antara skor setiap indikator dan skor total. Jika signifikansi dari setiap pernyataan mewakili indikator mencapai $\geq 0,05$ atau 5%, maka indikator tersebut dianggap valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel 5% (30)	Sig.	Kriteria
<i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	X1.1	0,367	0,361	0,046	Valid
	X1.2	0,453	0,361	0,012	Valid
	X1.3	0,618	0,361	0,000	Valid
	X2.1	0,577	0,361	0,001	Valid
	X2.2	0,723	0,361	0,000	Valid
	X2.3	0,546	0,361	0,002	Valid
	X2.4	0,703	0,361	0,000	Valid
	X3.1	0,504	0,361	0,005	Valid
	X3.2	0,773	0,361	0,000	Valid
	X3.3	0,265	0,361	0,158	Tidak Valid
	X3.4	0,725	0,361	0,000	Valid
	X4.1	0,605	0,361	0,000	Valid
	X4.2	0,496	0,361	0,005	Valid
	X4.3	0,719	0,361	0,000	Valid
	X5.1	0,564	0,361	0,001	Valid
	X5.2	0,527	0,361	0,003	Valid

Variabel	No Item	r_{hitung}	$r_{tabel\ 5\% (30)}$	Sig.	Kriteria
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1.1	0,645	0,361	0,000	Valid
	Y1.2	0,726	0,361	0,000	Valid
	Y2.1	0,567	0,361	0,001	Valid
	Y2.2	0,658	0,361	0,000	Valid
	Y3.1	0,811	0,361	0,000	Valid
	Y3.2	0,712	0,361	0,000	Valid
	Y4.1	0,739	0,361	0,000	Valid
	Y4.2	0,801	0,361	0,000	Valid
	Y5.1	0,773	0,361	0,000	Valid
	Y5.2	0,643	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Sebagaimana ditunjukkan oleh tabel 3.3, terlihat hasil uji validitas dengan jumlah 30 responden dengan 26 butir pernyataan yang diajukan untuk menguji indikator kuesioner menunjukkan bahwa variabel X dan Y dikatakan valid dikarenakan r_{hitung} atau koefisien korelasi lebih besar dibanding r_{tabel} , yakni 0,361. Terdapat 1 (satu) butir pernyataan dari indikator *opinion valance* variabel X dianggap tidak valid karena r_{tabel} lebih besar daripada koefisien validitas atau r_{hitung} dan sisanya dinyatakan valid. Indikator variabel X dan Y tetap dianggap valid karena semua butir pernyataan sudah mewakili keseluruhan indikator pernyataan meskipun terdapat 1 (satu) butir pernyataan dimana tidak valid. Pernyataan X3.3 tidak digunakan dalam pernyataan yang akan diteliti, maka hanya 15 pernyataan saja yang digunakan.

3.4.4. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan pengujian dimana berfokus terhadap stabilitas, konsistensi, daya prediksi serta akurasi (Pakpahan et al., 2021). Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat kesesuaian nilai dari tanggapan responden terhadap indikator pertanyaan kuesioner yang sama dan konsisten pada kesempatan dan waktu yang berbeda (Veronica et al., 2022). Suatu indikator pertanyaan dikatakan reliabel ketika indikator tersebut, apabila nilai dari Cronbach's Alpha $\geq 0,60$.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	0,875	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,887	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Sebagaimana ditunjukkan pada tabel 3.4, didapatkan perolehan pengujian reliabilitas yang menyatakan bahwa variabel X dan Y didalam studi ini telah

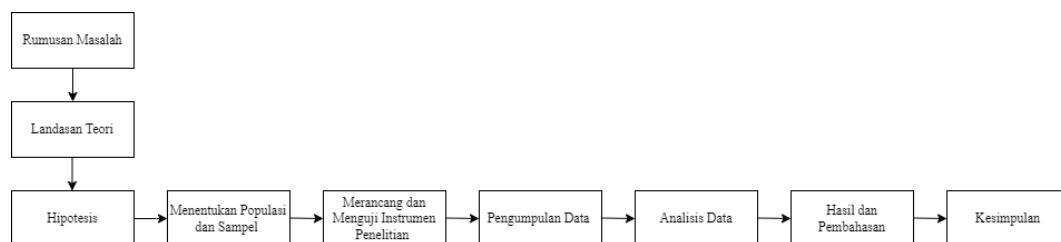
reliabel dikarenakan mempunyai nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ dimana nilai variabel X yakni 0,875 dan variabel Y yakni 0,887.

3.4.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah sebuah prosedur pengumpulan informasi untuk diuji hipotesisnya guna mendapatkan jawaban pertanyaan berasal dari rumusan masalah. Teknik pengumpulan data yang diterapkan pada penelitian ini berupa angket atau kuesioner, yakni pengambilan data melalui penyebaran kuesioner berisikan daftar pertanyaan berbentuk *google form*, dimana kemudian dibagikan lewat *platform* media sosial. Kuesioner ini sebagai data primer pada studi ini.

3.5 Alur Penelitian

Alur penelitian ialah tahapan-tahapan sebagaimana dipergunakan peneliti dalam melaksanakan rencana kegiatan studi bersifat ilmiah dan terstruktur guna menghindari kesalahan dan tahapan yang terlewat. Alur penelitian sebagaimana diperlihatkan didalam gambar 3.2.



Gambar 3.2 Alur Penelitian

Sebagaimana ditunjukkan didalam gambar 3.2, penelitian ini menggunakan alur penelitian terstruktur akan melalui 9 (sembilan) tahapan, yakni bermula dari perumusan masalah berdasarkan latar belakang, mencari teori serta konsep yang relevan dengan penelitian, merumuskan hipotesis berdasarkan rumusan masalah, menentukan jumlah responden sebagai sumber utama untuk memperoleh data, merancang dan melakukan uji coba instrumen, mengumpulkan data setelah memenuhi syarat uji coba instrumen, menganalisis data yang diperoleh, menjelaskan pembahasan berasal dari hasil atau temuan yang didapatkan dan membuat kesimpulan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik menganalisis data berartikan sebuah proses dalam mengolah atau pengujian data hasil dimana telah didapatkan untuk menjawab permasalahan yang

diteliti dan mendapatkan kesimpulan hasil penelitian. Teknik analisis data sebagaimana diterapkan didalam studi ini, diantaranya:

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah suatu teknik dalam menganalisis hasil untuk memberikan gambaran dalam mendeskripsikan serta menyajikan data statistik dalam bentuk sederhana yang mudah dipahami. Analisis deskriptif menyajikan nilai total, nilai rata-rata (mean), dan kategori interval. Rumus untuk menghitung nilai total didalam studi ini ialah seperti berikut.

$$\text{Jumlah Total} = \sum_{i=1}^n xi$$

Keterangan:

n adalah jumlah data dalam penelitian

i adalah nilai data ke- i

Perhitungan jumlah total dari variabel *electronic word of mouth* dan jumlah total dari variabel keputusan berkunjung adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Total} &= X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n \\ \text{Jumlah Total Variabel X} &= X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 \\ &= 100 \\ \text{Jumlah Total Variabel Y} &= Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Keterangan:

n adalah nilai data ke- n

X adalah nilai indikator *electronic word of mouth*

Y adalah nilai indikator keputusan berkunjung

Selain perhitungan jumlah total, adapun perhitungan nilai rata-rata pada penelitian ini, yakni sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Nilai rata-rata} &= \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{n} \\ &= \frac{X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n}{100} \end{aligned}$$

Keterangan:

n adalah nilai dari jumlah total

Adapun rumus perhitungan lainnya yang diterapkan pada penelitian ini, yakni rumus perhitungan untuk menentukan skala interval adalah seperti berikut.

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \frac{\text{skor maximum} - \text{skor minimum}}{\text{banyak kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8\end{aligned}$$

Berlandaskan perhitungan interval tersebut, didapatkan 5 (lima) skala kategori sebagaimana dipergunakan didalam studi ini sebagaimana ditunjukkan tabel 3.5.

Tabel 3.5 Kategori Nilai

Interval Nilai	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,80 - 2,60	Rendah
2,60 - 3,40	Cukup
3,40 - 4,20	Tinggi
4,20 - 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Peneliti, 2024

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik, yakni uji kelayakan atau uji persyaratan yang harus dilakukan pada model analisis regresi. Jika salah satu asumsi dalam asumsi klasik tidak terpenuhi persyaratan, maka hasilnya akan meragukan atau bias. Uji Asumsi klasik sebagaimana diterapkan pada studi ini terdiri dari uji normalitas, uji linearitas serta uji heteroskedastisitas.

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas berartikan uji dimana dilakukan guna mencari residual data terdistribusi normal ataupun tidak. Dasar pengambilan keputusan mempergunakan Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Asymp Sig., ketika signifikansi data $\geq 0,05$, maknanya data dinyatakan tersebar normal (Khotimah & Sulistyowati, 2022). Kebalikannya bila nilai Asymp. Sig. $\leq 0,05$, maknanya residual data tidaklah tersebar normal. Uji Normalitas dilakukan secara visual melalui P-P Plot serta pengujian statistik menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

3.6.2.2. Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah uji dimana digunakan didalam menganalisis korelasi linear diantara variabel penelitian secara signifikan ataupun tidak. Uji linearitas mempergunakan *software* SPSS 25 memakai *test for linearity*. Dasar pengambilan keputusan taraf signifikansi $linearity \leq 0,05$, maknanya korelasi diantara variabel mempunyai sifat linear. Kebalikanya, bila nilai taraf signifikansi $linearity \geq 0,05$, maknanya tidak adanya korelasi linear diantara variabel atau asumsi linearitas tidaklah terpenuhi didalam model regresi.

3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan pengujian yang diterapkan guna menganalisis bahwa suatu model regresi tidak ada kesamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji yang diterapkan didalam studi ini ialah uji Glejser serta Scatterplot. Landasan pengambilan keputusan uji Glejser, yakni ketika angka signifikansi $\geq 0,05$, model regresi dikatakan tidaklah heteroskedastisitas (Khotimah & Sulistyowati, 2022). Sementara pengambilan keputusan Scatterplot, yakni ketika data menyebar tidak membentuk suatu pola atau bentuk konsisten tertentu serta sebaran data berada diatas atau dibawah 0 (nol) didalam sumbu Y, maknanya tidaklah ada masalah heteroskedastisitas didalam model regresi.

3.6.3. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana ialah analisis guna melihat arah dari hubungan diantara variabel independen (*predictor*) serta variabel dependen (*output*). Analisis regresi sederhana digunakan pada studi ini guna memahami sejauh mana peran variabel *electronic word of mouth* (X) dalam memprediksi variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y). Pengujian model regresi sederhana ini menggunakan *software* SPSS 25 untuk memahami prediksi hubungan. Rumus persamaan regresi sederhana yang diterapkan pada penelitian ini ialah seperti berikut.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berkunjung

a = Koefisien Konstanta

b = Koefisien Regresi

$X = \text{Electronic Word of Mouth}$

$e = \text{error}$

3.6.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ataupun umumnya dikenal selaku R^2 square. Uji koefisien determinasi (R^2) diterapkan guna menaksir seberapa jauh korelasi dari variabel bebas didalam memprediksi variabel terikat, semakin tinggi semakin kuat pula pengaruhnya (Nurhidayat et al., 2022). Angka koefisien determinasi ialah 0 (nol) serta 1 (satu). Bila nilai (R^2) mendekati angka 0 (nol), dikatakan sangat lemah maknanya variabel independen tidaklah bisa menguraikan variabel dependen. Bila nilai (R^2) dikatakan sangat kuat ketika nilainya mendekati 1 (satu) artinya variabel independen dianggap bisa menguraikan variabel dependen. Kategori dalam koefisien determinasi ada 5 (lima), yaitu:

- Bila nilai R^2 square 0,8 – 1,0, maknanya kapabilitas variabel *predictor* didalam menguraikan variabel *output* dapat dikatakan sangat kuat
- Bila nilai R^2 square 0,6 – 0,8, maknanya kapabilitas variabel *predictor* didalam menguraikan variabel *output* dapat dikatakan kuat
- Bila nilai R^2 square 0,4 – 0,6, maknanya kapabilitas variabel *predictor* didalam menguraikan variabel *output* dapat dikatakan cukup kuat
- Bila nilai R^2 square 0,2 – 0,4, maknanya kapabilitas variabel *predictor* didalam menguraikan variabel *output* dapat dikatakan lemah
- Bila nilai R^2 square 0,0 – 0,2, maknanya kapabilitas variabel *predictor* didalam menguraikan variabel *output* dapat dikatakan begitu lemah

3.6.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis berartikan uji dimana dimanfaatkan guna membuktikan prediksi ataupun asumsi berdasarkan data sampel tentang suatu populasi. Uji hipotesis dapat dilakukan menggunakan berbagai cara seperti uji t, uji z dan sebagainya. Pengujian hipotesis sebagaimana dikerjakan didalam studi ini mempergunakan uji signifikansi parsial (Uji T).

3.6.5.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji signifikansi parsial (Uji T) tersebut dimanfaatkan guna meninjau variabel *electronic word of mouth* berdampak pada keputusan berkunjung wisatawan (Aulia & Yulianti, 2019). Angka signifikansi dari Uji T adalah $\alpha = 0,05$ atau 5%

(Nurhidayat et al., 2022). Kriteria dalam uji signifikansi parsial (Uji T) didalam studi ini, yakni:

- a. Perolehan dianggap signifikan ketika angka signifikansi $\leq 0,05$. Selanjutnya, nilai koefisien regresi harus diperiksa sesuai dengan hipotesis searah atau tidak. Jika searah, maka hipotesis (H_a) akan diterima.
- b. Perolehan tidak signifikan ketika nilai $\geq 0,05$, maknanya hipotesis (H_a) dianggap ditolak karena variabel bebas (variabel independen) tidaklah cukup bukti dalam memperkirakan variabel terikat (variabel dependen).