BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Serangkaian struktur penelitian dikenal sebagai desain penelitian yang membantu peneliti mendapatkan data dan informasi yang diperlukan selama penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis data deskriptif dan verifikatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian di mana data angka digunakan untuk menganalisis variabel yang ingin diketahui. Analisis data deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi dengan menjelaskan atau mendeskripsikan data yang telah diperoleh berdasarkan kondisi (Sugiyono, 2019).

Creswell (2012) menyatakan bahwa "pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan yang lebih menekankan analisis datanya pada data yang terdiri dari angka atau nilai, dan merupakan teknik untuk menguji teori-teori tertentu dengan melihat bagaimana hubungan antar variabel berinteraksi satu sama lain. Selain itu, menurut Creswell (2012) pendekatan kuantitatif melakukan penelitian dengan cara yang objektif. Ini berarti bahwa penelitian tidak bias dan penilaian pribadi tidak akan mempengaruhi hasil penelitian. Creswell (2014) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif korelasional adalah jenis penelitian di mana teknik statistik digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis data verifikatif adalah statistik yang digunakan untuk menguji teori dengan hipotesis untuk menghasilkan kesimpulan baru tentang penerimaan atau penolakan hipotesis (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana *electronic word of mouth* (e-WOM) dapat mempengaruhi seseorang untuk berkunjung, merasa puas dan menulis *user generated content* (UGC) di Kiara Artha Park. Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner untuk mengumpulkan data kuantitatif. Data tersebut memiliki sifat kuantitatif, dan akan dianalisis secara deskriptif dan verifikatif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kiara Artha Park Bandung, destinasi wisata yang terletak di Jl. Banten, Kebonwaru, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40272. Kiara Artha Park adalah salah satu tempat wisata yang sangat dikenal dan disukai. Kiara Artha Park adalah tempat wisata alam yang menawarkan nuansa alam pegunungan dengan berbagai wahana dan lokasi foto Instagramable. Selain itu, sesuai dengan tujuan penelitian, strategi pemasaran Kiara Artha Park menggunakan berbagai media sosial dan *electronic word of mouth*. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Juni 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi dapat didefinisikan sebagai semua subjek atau objek yang berada di lokasi penelitian dan memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk menghasilkan kesimpulan dari hasil penelitian. Melalui pemaparan tersebut populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah membuat *User Generated Content* (UGC) dan mengunggahnya di Instagram maupun TikTok dengan menggunakan tagar #TamanKiaraArthaPark. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak kurang lebih 23.000 orang yang sedang mengunggah konten.

3.3.2 Sampel

Sebagaimana dinyatakan oleh Sugiyono (2019), jumlah populasi dan ciri-cirinya merupakan komponen dari sampel. Pada penelitian ini pedoman yang digunakan dalam penentuan ukuran sampel pada teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menurut Hair et al. (2017), adalah sebagai berikut:

1. Jika besarnya sesuai dengan perkiraan parameter dengan menggunakan metode *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) antara 100 dan 200, dan jumlah minimum sampel adalah 50, adalah sampel yang disarankan.
2. Rentang yang disarankan adalah 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang diprediksi, bergantung pada jumlah parameter yang perlu diestimasi.

3. Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan untuk variabel bentukan secara keseluruhan. Jumlah variabel yang membentuk variabel yang dihasilkan sama dengan jumlah sampel, yang dikalikan 5 sampai dengan 10.
4. Peneliti dapat memilih metode estimasi tertentu dalam kasus sampel yang sangat besar.

Dalam penelitian ini dengan indikator sebanyak 19 maka ukuran sampel minimal adalah 95 dan ukuran sampel maksimal adalah 190. Merujuk pada poin ketiga dengan menggunakan perhitungan 5 kali indikator maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 19×5 atau sebesar 95 sampel. Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 95 responden. Tetapi untuk mengurangi adanya tingkat kesalahan pada saat penyebaran kuisisioner maka besar sampel yang dipilih peneliti sebanyak 100 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa teknik sampel yaitu mekanisme dari suatu pengambilan sampel, beliau Mengelompokkan teknik pengambilan sampel menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Beliau menjelaskan bahwa *probability sampling* memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* untuk melakukan penelitian ini. Teknik pengambilan sampel *non-probability* adalah kebalikan dari pengambilan sampel probabilitas, yang menggunakan unsur populasi sebagai sampel. Peneliti memilih sampel langsung tanpa mempertimbangkan komponen populasi, yaitu:

1. *Purposive Sampling*: Sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu, seperti karakteristik individu atau kelompok.

Berdasarkan penjelasan diatas, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Metode ini digunakan karena dirasa sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Yaitu mencari sampel orang-orang yang mengunggah konten dengan tagar #KiaraArthaPark pada Instagram maupun TikTok pribadinya.

3.4 Data dan Metode Pengumpulan

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data yang diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer dikumpulkan langsung dari responden terpilih sesuai ketentuan yang dianggap mewakili seluruh populasi penelitian. Data primer dikumpulkan dengan cara menyebar kuisisioner kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target dan mampu mewakili populasi dalam penelitian, yaitu wisatawan destinasi wisata Kiara Artha Park yang mengunggah konten di laman Instagram maupun TikTok pribadinya menggunakan tagar #KiaraArthaPark

b) Data Sekunder

Informasi yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh orang lain disebut data sekunder. Untuk penelitian ini, data sekunder dikumpulkan melalui tinjauan literatur, artikel dari jurnal ilmiah, dan data dari internet.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Kuisisioner (angket)

Kuisisioner ditujukan pada pengunjung yang berkunjung ke destinasi Kiara Artha Park dan mengunggah konten di laman Instagram maupun TikTok pribadinya menggunakan tagar #TamanKiaraArthaPark. Kuisisioner ini berisi pernyataan menyangkut karakteristik responden, pelaksanaan *electronic word of mouth*, keputusan berkunjung, pengalaman responden

pada destinasi Kiara Artha Park, dan pelaksanaan pembuatan konten. Dalam pengambilan sampel atau pencarian responden peneliti menggunakan cara penyebaran kuisioner melalui *google form* kepada responden yang disebar kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut melalui Instagram maupun TikTok.

b) Studi Kepustakaan (*library research*)

Studi kepustakaan atau literatur adalah proses pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan teori-teori saat ini. Kaitannya dengan masalah dan variable yang diteliti yaitu *electronic word of mouth*, keputusan berkunjung, kepuasan pengunjung, dan *User Generated Content (UGC)*. Studi literatur dilakukan guna menunjang penelitian yang dilakukan melalui studi perpustakaan, referensi buku, jurnal, artikel yang dianggap relevan dan kredibel.

3.4.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019) operasionalisasi variabel merupakan suatu nilai atau atribut atau sifat seseorang, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Creswell (2014) variabel mengacu pada karakteristik atau organisasi yang dapat diukur atau diamati dan bervariasi diantara orang-orang atau organisasi yang sedang dipelajari. Berikut merupakan operasional variabel dari keempat variabel dalam penelitian ini tersaji pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Aspek Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala	No. Item
1	<i>Electronic Word of Mouth</i> (Doosti, 2016)	<i>Electronic Word of Mouth</i> (Doosti, 2016)	<i>Electronic Word of Mouth</i> (Doosti, 2016)	Frekuensi membaca ulasan perjalanan <i>online</i> untuk mengetahui wisata yang memberikan kesan baik	Ordinal	1

				Frekuensi membaca ulasan perjalanan <i>online</i> untuk memastikan memilih kota wisata yang tepat	2
				Frekuensi berkonsultasi dengan ulasan perjalanan <i>online</i> untuk membantu memilih kota yang menarik	3
				Frekuensi mengumpulkan informasi dari ulasan perjalanan sebelum bepergian ke destinasi wisata tertentu	4
				Khawatir dengan keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata tanpa membaca ulasan perjalanan <i>online</i>	5
				Tingkat kepercayaan diri ketika berwisata setelah membaca ulasan perjalanan <i>online</i>	6

2	Keputusan Berkunjung (Kotler & Keller, 2016)	Mengenal kebutuhan	Mengenal kebutuhan	Keyakinan dalam pengambilan keputusan	Ordinal	7
		Pencari informasi	Pencari informasi	Frekuensi mencari informasi tentang Kiara Artha Park		8
		Evaluasi Alternatif	Evaluasi Alternatif	Keyakinan bahwa berwisata ke Kiara Artha Park akan lebih menyenangkan dibanding berwisata ke destinasi lain		9
		Keputusan berwisata	Keputusan berwisata	Keyakinan bahwa destinasi Kiara Artha Park adalah destinasi terbaik untuk berwisata		10
		Perilaku pasca pembelian	Perilaku pasca pembelian	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Kiara Artha Park		11
3	Kepuasan Pengunjung (Lupiyoadi, 2006)	Kualitas produk	Kualitas atraksi	Kualitas atraksi wisata di Kiara Artha Park sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan	Ordinal	12
			Kualitas fasilitas	Kualitas fasilitas di Kiara Artha Park sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan		13
		Kualitas aksesibilitas	Kualitas aksesibilitas di Kiara Artha Park	14		

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK

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

				sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan		
			Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan yang diberikan pengelola Kiara Artha Park sudah sesuai dengan harapan		15
		Kualitas pelayanan	Kualitas informasi	Mudah mendapatkan informasi dari pengelola Kiara Artha Park		16
				Perasaan puas setelah mengunjungi Kiara Artha Park		17
		Emosional	Emosional	Perasaan puas setelah mengunjungi Kiara Artha Park		18
				Harga tiket untuk menikmati Kiara Artha Park sudah sesuai dengan harapan		19
		Harga	Harga	Harga tiket yang diberikan pengelola sesuai dengan aktivitas dan fasilitas		20
			Harga	Biaya keseluruhan yang dikeluarkan sesuai dengan harapan		21

		Biaya wisatawan	Biaya wisatawan	Pengalaman yang didapatkan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan		22
4	<i>User Generated Content</i> (Shao, 2009)	<i>Consuming Activity</i>	<i>Information Seeking</i>	Tingkat keinginan untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan terhadap wisata Kiara Artha Park	Ordinal	23-25
			<i>Entertainment</i>	Tingkat keinginan untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan terhadap wisata Kiara Artha Park		26-28
		<i>Mood Management</i>	Tingkat perasaan (suasana hati) ketika melihat konten yang berhubungan dengan Kiara Artha Park	29-31		
		<i>Participating Community</i>	<i>Social Interactions</i>	Tingkat partisipasi dalam menilai, membagikan dan mengulas konten yang berkaitan dengan Kiara Artha Park		32-34
			<i>Virtual Communities</i>	Tingkat partisipasi untuk membentuk hubungan personal terkait pendapat		35-37

				tentang Kiara Artha Park		
		<i>Producing Activity</i>	<i>Self-Expression</i>	Tingkat berekspresi untuk mengesankan orang lain dengan membagikan konten Kiara Artha Park		38-40
			<i>Self-Actualization</i>	Tingkat untuk mendapatkan pengakuan serta kepopuleran dengan membagikan konten berkaitan dengan wisata Kiara Artha Park		41-43

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

3.4.4 Skala Pengukuran Variabel

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk memperkirakan panjang atau pendeknya suatu selang waktu, dan bahwa skala pengukuran adalah alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur data yang akan menghasilkan data kuantitatif. Untuk menyusun instrumen, yang terdiri dari pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian, indikator-indikator ini digunakan sebagai acuan. Dalam penelitian ini, pemilihan skala Likert didasarkan pada kemampuannya untuk memberikan informasi yang lebih rinci dan spesifik kepada responden.

Selain itu, penggunaan skala ini membantu responden menjawab setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Berikut ini adalah interpretasi indeks berdasarkan skala Likert yang digunakan, yang memiliki skor dari 1 hingga 5, dengan interpretasi indeks sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2019:153)

3.5 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) hasil penelitian dianggap valid ketika terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya yang terjadi pada objek yang diteliti. Sederhananya, pengukuran ini bertujuan untuk melihat kevalidan dan sah atau tidaknya suatu instrument. Instrumen akan dikatakan valid atau sah apabila dapat menjadi pengukur yang sesuai dengan semestinya.

Dalam hal ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Untuk menentukan validitasnya, perlu dilakukan korelasi antara skor setiap pertanyaan dengan total skor dari semua pertanyaan. Jika korelasi pada kuesioner lebih besar dari nilai korelasi tabel (r tabel), maka kuesioner dianggap valid. Namun, jika koefisien korelasi berada di bawah nilai r tabel, maka kuesioner dianggap tidak valid. Penulis menggunakan rumus Pearson Product Moment untuk mencari korelasinya, sebagai berikut:

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

Dengan r merupakan koefisien korelasi, x merupakan skor item instrument, y merupakan skor total item instrument dalam variabel, dan n merupakan jumlah responden.

Dasar pengambilan keputusan pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut valid
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut atau nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari α maka item pertanyaan tersebut valid.

Dalam penentuan nilai *rtabel* dilakukan perhitungan *df* (degree of freedom) = $n - 2$ dengan nilai n adalah jumlah data yang dimasukkan.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25.0. Setiap item pernyataan dari variabel-variabel yang diteliti diuji untuk validitasnya. Uji validitas ini dilakukan dengan melibatkan 30 responden dan besaran *rhitung* dibandingkan besaran *rtabel* yang mengacu pada *df* (degree of freedom) = $n - 2$ dan nilai signifikansi sebesar $0,05 = 5\%$. Mengacu pada rumus $df = n - 2$, $df = 30 - 2 = 28$, sehingga nilai *rtabel* diperoleh sebesar 0,361 pada sig. 0.05. Berikut merupakan hasil perhitungan dari uji validitas yang telah dilakukan.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Keterangan
<i>Electronic Word of Mouth (X)</i>				
1	Saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain untuk mengetahui destinasi wisata mana yang memberikan kesan baik bagi orang lain	0.482	0.361	Valid
2	Untuk memastikan saya memilih destinasi wisata yang tepat, (seperti Kiara Artha Park) saya sering membaca ulasan perjalanan online wisatawan lain	0.503	0.361	Valid
3	Saya sering berkonsultasi dengan wisatawan lain tentang ulasan onlinenya untuk membantu memilih destinasi wisata yang menarik (seperti Kiara Artha Park)	0.494	0.361	Valid
4	Saya sering mengumpulkan informasi dari ulasan wisatawan	0.802	0.361	Valid

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK

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

	lain mengenai destinasi wisata Kiara Artha Park sebelum saya melakukan perjalanan			
5	Jika saya tidak membaca ulasan perjalanan online wisatawan ketika saya berkunjung ke sebuah destinasi (seperti Kiara Artha Park) saya khawatir dengan pengambilan keputusan saya	0.701	0.361	Valid
6	Ketika saya berkunjung ke sebuah destinasi (seperti Kiara Artha Park) ulasan perjalanan online wisatawan membuat saya percaya diri untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut	0.742	0.361	Valid
Keputusan Pengunjung (Y)				
7	Keyakinan dalam pengambilan keputusan	0.524	0.361	Valid
8	Frekuensi mencari informasi tentang Kiara Artha Park	0.577	0.361	Valid
9	Keyakinan bahwa berwisata ke Kiara Artha Park akan lebih menyenangkan dibanding berwisata ke destinasi lain	0.570	0.361	Valid
10	Keyakinan bahwa destinasi Kiara Artha Park adalah destinasi terbaik untuk berwisata	0.598	0.361	Valid
11	Keinginan untuk berkunjung kembali ke Kiara Artha Park	0.505	0.361	Valid
Kepuasan Berkunjung (Z)				

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

12	Kualitas fasilitas di Kiara Artha Park sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan	0.463	0.361	Valid
13	Kualitas aksesibilitas di Kiara Artha Park sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan	0.550	0.361	Valid
14	Kualitas pelayanan yang diberikan pengelola Kiara Artha Park sudah sesuai dengan harapan	0.652	0.361	Valid
15	Mudah mendapatkan informasi dari pengelola Kiara Artha Park	0.648	0.361	Valid
16	Perasaan puas setelah mengunjungi Kiara Artha Park	0.643	0.361	Valid
17	Perasaan puas setelah mengunjungi Kiara Artha Park	0.680	0.361	Valid
18	Harga tiket untuk menikmati Kiara Artha Park sudah sesuai dengan harapan	0.482	0.361	Valid
19	Harga tiket yang diberikan pengelola sesuai dengan aktivitas dan fasilitas	0.503	0.361	Valid
20	Biaya keseluruhan yang dikeluarkan sesuai dengan harapan	0.463	0.361	Valid
21	Pengalaman yang didapatkan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan	0.447	0.361	Valid
User Generated Content (T)				
22	Tingkat keinginan untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan terhadap wisata Kiara Artha Park	0.734	0.361	Valid

23	Tingkat keinginan untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan terhadap wisata Kiara Artha Park	0.751	0.361	Valid
24	Tingkat perasaan (suasana hati) ketika melihat konten yang berhubungan dengan Kiara Artha Park	0.491	0.361	Valid
25	Tingkat partisipasi dalam menilai, membagikan dan mengulas konten yang berkaitan dengan Kiara Artha Park	0.737	0.361	Valid
26	Tingkat partisipasi untuk membentuk hubungan personal terkait pendapat tentang Kiara Artha Park	0.765	0.361	Valid
27	Tingkat berekspresi untuk mengesankan orang lain dengan membagikan konten Kiara Artha Park	0.804	0.361	Valid
28	Tingkat untuk mendapatkan pengakuan serta kepopuleran dengan membagikan konten berkaitan dengan wisata Kiara Artha Park	0.688	0.361	Valid

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan pengujian validitas di atas menunjukkan bahwa dari keseluruhan item di atas 6 item *variabel electronic word of mouth*, 5 item untuk variabel keputusan berkunjung, 5 item untuk variabel kepuasan berkunjung dan 3 item untuk variabel *user generated content* yang diketahui nilai *r hitung* lebih besar daripada nilai *r tabel* maka 19 item keseluruhan dapat dinyatakan valid dan tidak ada item yang dibuang dari angket dan seluruh item pernyataan tersebut dapat melanjutkan ke proses penelitian selanjutnya.

3.6 Uji Realibilitas

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa dalam penelitian, pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen mampu memenuhi persyaratan ketepatan dan akurasi.

Instrument yang dapat diandalkan adalah instrumen yang menghasilkan data yang konsisten yang dapat diandalkan ketika objek yang sama diukur berulang kali. Metode *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen ini. Hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai yang diperoleh dengan nilai *r tabel*; jika nilai yang diperoleh lebih besar daripada nilai *r tabel*, maka instrumen tersebut dianggap reliabel.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dengan r_{11} merupakan reliabilitas instrumen, k merupakan banyaknya soal, merupakan varians total, dan $\sum \sigma_i^2$ merupakan jumlah varian butir.

Rumus *Cronbach alpha* paling umum digunakan untuk mengidentifikasi instrument yang reliabel. Instrument dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach alpha* (α) lebih besar atau sama dengan 0,70. Pengujian realibilitas instrument dapat dilakukan setelah melalui uji validitas dengan jumlah responden sebanyak 30 dan tingkat signifikansi 5%

Berikut hasil pengujian realibilitas:

Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas

Alvira Danti Meirizcha, 2024
 PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG,
 KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
0,967	Realibilitas

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria realibilitas, karena memenuhi kriteria nilai yang lebih besar dari 0,70.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari setiap responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, menghitung untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019). Untuk menggambarkan dan menjawab rumusan masalah, penelitian ini menggunakan dua jenis analisis data: analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan data yang telah dikumpul sesuai dengan tujuan, yaitu mampu membuat kesimpulan umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017). Analisis ini digunakan melalui proses klasifikasi berdasarkan jumlah skor yang diberikan responden untuk menentukan tanggapan mereka terhadap variabel independen dan dependen. Untuk klasifikasi, garis kontinum dibuat dengan menghitung nilai jenjang interval dari pilihan nilai tertinggi, pilihan nilai terendah, dan jumlah kriteria jawaban.

Pada pembuatan skala interval, dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Indeks Maksimum} - \text{Nilai Indeks Minimum}}{\sum \text{Kriteria Jawaban}}$$

Adapun nilai indeks maksimum dan nilai indeks minimum ditentukan melalui persamaan berikut.

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \text{Skor Interval Maksimum} \times \text{Jumlah Item} \times \text{Jumlah Responden}$$

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Nilai Indeks Minimum = Skor Interval Minimum $\times$ Jumlah Item $\times$ Jumlah Responden

Sehingga dapat ditentukan kategori skala pada garis kontinum sebagai berikut:

Tabel 3.5 Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2017)

Sangat Rendah	Rendah	Cukup	Tinggi	Sangat Tinggi

3.7.2 Analisis Verifikatif

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa analisis verifikatif bertujuan untuk menguji teori dengan suatu hipotesis untuk memberikan data atau analisis yang digunakan untuk menentukan kebenaran hipotesis dengan mempelajari hubungan antara dua atau lebih variabel. Persamaan struktural berbasis *variance*, juga dikenal sebagai modeling persamaan struktural (SEM), dan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) digunakan untuk melakukan analisis verifikatif dalam penelitian ini. Software SmartPLS versi 4.0 kemudian digunakan untuk membantu pengujian penelitian ini.

3.7.3 *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Square* (PLS)

Structural Equation Modeling (SEM) adalah teknik analisis multivariat yang menggabungkan elemen regresi berganda dan analisis faktor. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi berbagai hubungan ketergantungan yang saling terkait secara bersamaan. Analisis persamaan struktural, juga dikenal sebagai SEM, memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan variabel yang tidak dapat diamati, atau variabel yang tidak dapat diamati, yang diukur secara tidak langsung melalui indikator. Dengan menggunakan SEM, peneliti dapat menguji model yang melibatkan variabel laten atau konstruk yang kompleks, serta

menganalisis secara menyeluruh hubungan antara variabel yang diamati dan konstruk (J. F. Hair et al., 2010).

Dua jenis pendekatan untuk *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah *Covariance-Based SEM* (CB-SEM) dan *Partial Least Squares SEM* (PLSSEM). Menurut Ghazali & Latan (2020), PLSSEM adalah metode analisis yang kuat karena tidak memerlukan asumsi tentang skala data yang diukur dan dapat digunakan dengan jumlah sampel yang terbatas. PLS-SEM cocok untuk penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan prediktif antara variabel. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk menemukan dan mengevaluasi apakah variabel-variabel yang diteliti memiliki hubungan atau pengaruh satu sama lain (J. Hair et al., 2017). Penelitian ini melibatkan variabel laten yang dapat diukur dengan indikator yang jelas. Oleh karena itu, mereka memilih metode *Partial Least Squares* (PLS) karena metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis data dengan perhitungan yang akurat dan mendalam, yang memungkinkan mereka untuk memeriksa hubungan yang lebih rinci dan mendalam antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian. Penelitian ini memilih PLS-SEM karena metode ini cocok untuk menguji pengaruh prediktif hubungan antara variabel dalam model.

Menurut Smith (2004) dalam Niel Ananto et al. (2022), SEM menjadi lebih populer untuk analisis data karena dua keuntungan utama:

- a. SEM memiliki kemampuan untuk menguji model penelitian yang kompleks sekaligus. Kelebihan dari penggunaan SEM dalam hal ini adalah kemampuan untuk mengestimasi model secara bersamaan, yang membuat pengujian teori lebih tepat. Selain itu, SEM dapat menganalisis model secara keseluruhan, membantu peneliti dalam menentukan apakah data mendukung teori model.
- b. SEM memiliki kemampuan untuk menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung dengan memperhitungkan kesalahan pengukuran serta menguji hubungan mediasi dan moderasi dalam satu model secara bersamaan. Dengan memperhitungkan kesalahan pengukuran ini, SEM dapat meningkatkan estimasi statis dan validitas kesimpulan statis.

3.7.4 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK

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

Tujuan pengujian *outer model*, menurut Ghazali (2016), adalah untuk memastikan bahwa ada korelasi antara variabel laten dan indikatornya. Model pengukuran luar digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas model. Suatu konsep atau model penelitian tidak dapat diuji pada model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum mencapai tahap purifikasi dalam model pengukuran. Model ini menggambarkan representasi variabel atau konstruk dengan variabel yang dapat diukur. Evaluasi luar model digunakan untuk mengevaluasi jawaban responden dalam kuesioner. Jika model evaluasi dapat diterima, evaluasi model struktural dilanjutkan.

3.7.4.1 Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen, menurut J. Hair et al. (2017), adalah seberapa baik konstruk konvergen menjelaskan varian itemnya. Nilai validitas konvergen dapat dilihat melalui nilai beban luar (beban faktor) dan *Average Variance Extrancted* (AVE). Dengan menggunakan validitas konvergen, peneliti menunjukkan bahwa responden dapat memahami pernyataan-pernyataan yang terkait dengan setiap variabel laten penelitian dengan cara yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh peneliti. Ketika faktor penampungan, atau angka, menunjukkan korelasi antara skor butir soal dan skor indikator konstruk yang digunakan untuk mengukur konstruk, validitas konvergen dianggap dapat diterima. Untuk penelitian konfirmasi, nilai faktor pengisian lebih dari 0,700 dianggap valid untuk konstruk yang diuji. Di sisi lain, untuk penelitian eksplorasi, nilai faktor pengisian antara 0,600 dan 0,700 masih dapat diterima.

Pengujian selanjutnya menilai nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap item dalam setiap konstruk. Untuk menghitung AVE, loading setiap indikator pada konstruk dikuadratkan dan kemudian diambil nilai rata-ratanya. Jika nilai AVE 0,50 atau lebih, variabel atau konstruk biasanya dapat menjelaskan lebih dari setengah varian indikator. Nilai AVE minimal harus 0,500 atau lebih tinggi 0,500.

3.7.4.2 Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Menurut J. Hair et al. (2017), pengukuran validitas diskriminan digunakan untuk menentukan seberapa empiris suatu konstruksi dalam model struktural. Nilai

cross-loading pengukuran konstruk dapat digunakan untuk melihat pengujian validitas diskriminan. Jika korelasi antara satu konstruk dan indikatornya lebih kuat daripada korelasi antara konstruk dan indikator lainnya, model pengukuran dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik. Masing-masing kolom variabel memiliki garis vertikal dan diagonal untuk dilihat. Untuk memastikan validitas model pengukuran refleksif, setiap variabel harus memiliki nilai lebih dari 0,070. Salah satu cara lain untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE).

3.7.4.3 Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Uji reliabilitas menilai reliabilitas kuesioner sebagai indikator konstruk atau variabel. Kuesioner dianggap reliabel jika responden memberikan jawaban yang konsisten, konsisten, dan teratur. Untuk memastikan bahwa alat ukur dapat diandalkan, konsisten, dan akurat dalam mengukur bangunan, pengujian reliabilitas dilakukan. Dua metode reliabilitas *Cronbach Alpha* dan *Composite* dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas tes konstruk menggunakan indikasi refleksif. Skor reliabilitas *Cronbach Alpha* dan *Composite* lebih dari 0,700 (lebih dari 0,700) untuk penelitian *confirmatory* dan 0,600 hingga 0,700 untuk penelitian *exploratory*. Konstruksi dianggap reliabel atau konsisten sebagai konfirmasi.

3.7.5 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut J. Hair et al. (2017) *inner model* merupakan hubungan antar variabel atau konstruk yang terhubung satu sama lain digambarkan dalam model struktural PLS-SEM. Model struktural mengidentifikasi hubungan saling bergantung satu sama lain dalam hal ini yaitu variabel atau konstruk independen dengan dependen. Dalam model struktural, variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung diproyeksikan dalam hubungan kausalitas, atau hubungan sebab-akibat, antara konstruk independen atau variabel dengan dependen.

3.7.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk menentukan seberapa besar perubahan yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut J. Hair et al. (2017),

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK

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

koefisien determinasi (nilai R^2) digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi sampel. Nilai R^2 lebih tinggi menunjukkan kemampuan model struktural PLS untuk menjelaskan dan memprediksi variabel endogen. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel yang dijelaskan, sedangkan nilai 1 menunjukkan hubungan yang sempurna antara variabel tersebut. Seberapa besar varians konstruk yang dapat dijelaskan oleh model ditentukan oleh hasil persegi R. Dalam kebanyakan kasus, nilai R^2 dianggap kuat jika nilainya di atas 0,750. Jika nilainya di bawah 0,500, itu dianggap sedang, dan jika nilainya di bawah 0,250, itu dianggap lemah.

3.7.5.2 Predictive Relevance (Q^2)

Pengujian dilakukan dalam model struktural, juga dikenal sebagai nilai Q^2 atau Relevansi Prediksional. Pengujian ini dilakukan dalam upaya untuk mengevaluasi kualitas nilai observasi yang dihasilkan oleh model serta estimasi parameter yang digunakan. Menurut Ghazali (2016), model memiliki relevansi prediksi yang baik, atau relevansi prediksi, jika nilai Q^2 lebih besar dari 0, sedangkan jika nilai Q^2 kurang dari 0, maka model tersebut tidak memiliki relevansi prediksi (Ghozali, 2016).

$$Q^2 = 1 - \frac{\sum_D E_D}{\sum_D O_D}$$

Dengan D merupakan omission distance, E merupakan jumlah kuadrat kesalahan prediksi, dan O merupakan jumlah kesalahan kuadrat menggunakan nilai mean untuk prediksi. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

3.7.5.3 Estimasi Path Coefficient

Koefisien jalur digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan positif atau negatif antara dua variabel. Menurut J. Hair et al. (2017), koefisien jalur menunjukkan hubungan yang diharapkan antara variabel. Pada tahap ini, pengujian dapat dilakukan dengan metode bootstrapping yang tersedia pada perangkat lunak smartPLS. Kriteria penilaian koefisien jalur pengujian ini adalah bahwa jika

Alvira Danti Meirizcha, 2024

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG, KEPUASAN PENGUNJUNG DAN USER GENERATED CONTENT (UGC) DI KIARA ARTHA PARK

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

koefisien jalurnya lebih besar dari 0, maka variabel tersebut menunjukkan hubungan yang positif terhadap variabel lainnya. Sebaliknya, jika koefisien jalurnya kurang dari 0, maka variabel tersebut menunjukkan hubungan yang negatif terhadap variabel lainnya. Semakin dekat estimasi koefisien jalurnya, semakin baik hasilnya.

3.7.5.4 Uji Kriteria *Goodness of Fit* (GoF)

Pengujian Goodness of Fit (GoF) dilakukan untuk menunjukkan hasil bagaimana data dapat menilai model struktural dan model pengukuran, serta menawarkan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model (Ghozali & Latan, 2020:82). Rumus yang digunakan uji kriteria ini adalah:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Dengan *AVE* merupakan nilai rata-rata *variance extracted* dan *R²* merupakan nilai rata-rata R-Square. Nilai *communality* yang direkomendasikan adalah 0,50. Menurut Ghozali (2016) penilaian indeks Goodness of Fit (GoF) ke dalam tiga kategori, yaitu 0,100 untuk nilai GoF rendah, 0,250 untuk nilai GoF medium, dan 0,360 untuk nilai GoF tinggi.

3.7.5.5 Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Hipotesis adalah asumsi atau estimasi yang dibuat untuk menjelaskan suatu peristiwa yang memerlukan pengujian validitasnya. Dalam statistik, hipotesis terdiri dari dua pernyataan yang saling berlawanan: hipotesis nol (*H₀*) dan hipotesis alternatif (*H_a*). Apabila suatu hipotesis ditolak, hipotesis lain akan diterima, yang memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat. Simbol biasanya digunakan untuk menyampaikan hipotesis statistik (Sugiyono, 2017).

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk memberikan penjelasan tentang arah pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan melalui pengujian nilai signifikansi. Menurut J. Hair et al. (2017), proses bootstrapping dapat digunakan untuk menentukan nilai signifikansi yang diamati antara variabel. Nilai-nilai seperti nilai *t* (statistik *T*) dan nilai *p* dapat dihasilkan melalui proses bootstrapping. Jika nilai *t* (statistik *T*) pada tabel *t* melebihi 1,96 (α

5%), hipotesis dapat diterima atau terbukti. Dengan kata lain, hipotesis dapat dinyatakan diterima jika nilai t (statistik T) untuk setiap hipotesis lebih besar dari nilai kritis pada tabel t .

Metode lain yang umum digunakan adalah dengan memeriksa nilai p (p -value). Koefisien dianggap signifikan ketika nilai p (p -value) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 5%. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang dipilih adalah 0,05 (5%) dan nilai p (p -value) digunakan untuk menentukan signifikan. Oleh karena itu, jika nilai p (p -value) kurang dari 0,05 ($< 5\%$) maka dapat disimpulkan bahwa hasilnya signifikan.

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan sebagai berikut:

1. Bila t -statistics $> t$ tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini mengartikan bahwa secara parsial, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila t -statistics $< t$ tabel, maka H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini mengartikan bahwa secara parsial, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Selain itu, peneliti juga memperhatikan nilai signifikansi atau p -value $> 0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa:

1. Bila P -value $> 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima
2. Bila P -value $< 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak