

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan desain korelasional. Penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu menggunakan metode kuantitatif, yang didasarkan pada positivisme, melibatkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Desain korelasional bertujuan untuk mengukur hubungan antara beberapa variabel secara alami, tanpa adanya intervensi atau manipulasi dalam proses penelitian (Arikunto, 2020).

Desain penelitian korelasional untuk mengidentifikasi keberadaan serta kekuatan hubungan atau pengaruh antara electronic word of mouth dengan dependen keputusan berkunjung di kawasan wisata gunung Galunggung tanpa melakukan perubahan terhadap keputusan berkunjung.

#### **3.2 Partisipan**

Partisipan didefinisikan sebagai individu, kelompok, maupun organisasi yang dianggap memiliki pemahaman paling mendalam tentang subjek penelitian, kemudian akan dilibatkan dalam penelitian (Joceline, 2022). Pendapat lain menyatakan bahwa partisipan adalah semua orang atau organisasi yang berpartisipasi dalam suatu kegiatan dengan memberikan dukungan (materi, pikiran, atau tenaga) dan bertanggung jawab atas keputusan yang dibuat untuk mencapai tujuan yang disepakati bersama (Sumarto, 2009).

Dapat disimpulkan bahwa partisipan adalah semua individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kredibilitas atau kapasitas relevan dengan subjek penelitian yang diteliti dan kemudian berpartisipasi dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini partisipan yang terlibat adalah DISPARPORA Kabupaten Tasikmalaya, dipilihnya DISPARPORA adalah untuk diwawancarai terkait destinasi wisata Galunggung dan untuk pengambilan data kunjungan wisatawan ke Galunggung dalam periode lima tahun terakhir. Selanjutnya Destinasi Wisata Galunggung sebagai lokasi penelitian dan wisatawan Galunggung sebagai objek

penelitian yang pemilihannya berdasarkan kriteria yang dijelaskan dalam populasi dan sampel.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan kumpulan umum yang meliputi objek dan subjek, dan memiliki sifat atau karakteristik tertentu, kemudian ditetapkan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dan pengambilan kesimpulan, populasi bukan hanya menyangkut jumlah individu dalam sebuah penelitian akan tetapi mencakup seluruh karakteristik yang dimilikinya (Sugiyono, 2019). Sejalan dengan pendapat tersebut populasi merujuk pada seluruh individu atau elemen yang menjadi sasaran dalam suatu penelitian, berdasarkan kualitas dan karakteristik yang dipertimbangkan sesuai penelitian (Akbar, 2017).

Dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan subjek yang diteliti secara keseluruhan. Penelitian ini mengambil populasi dari wisatawan yang pernah berkunjung ataupun sedang berada di Gunung Galunggung. Berdasarkan catatan kunjungan pada tahun 2024, tercatat sebanyak 113.912 kunjungan ke lokasi tersebut.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sejumlah individu yang mewakili populasi dan dijadikan objek dalam suatu penelitian, metode pemilihan sampel digunakan untuk memilih subjek penelitian berdasarkan populasi yang telah ada, proses penarikan sampel dilakukan dengan cara yang memungkinkan sampel tersebut mewakili kondisi sebenarnya dari populasi, sehingga bersifat representatif (Sugiyono, 2019). Metode penarikan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

Sampel dipilih dengan cermat berdasarkan karakteristik spesifik sampel berdasarkan karakteristik spesifik sampel, *purposive sampling* digunakan untuk mengambil subjek berdasarkan tujuan, bukan secara kebetulan (Akbar, 2017). Maka dalam penelitian ini memilih kriteria responden dengan rentang usia 17-59 tahun yang merupakan kelompok usia generasi X, Y, dan Z, kelompok usia tersebut dipilih karena menjadi kelompok usia paling banyak menggunakan internet (APJII, 2023).

Untuk menentukan jumlah sampel pengunjung menggunakan perhitungan, yaitu dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$E$  = error 5%

$$n = \frac{113.912}{1+113.912 (5\%)^2} \quad n = \frac{113.912}{1+284,78} \quad n = \frac{113.912}{285,78} = 398,6$$

$$n = 398,6 \text{ (dibulatkan menjadi 399)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 399 responden dengan rentang usia 17-59 tahun yang merupakan rentang usia generasi X, Y, dan Z.

### 3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang ditetapkan serta dimanfaatkan oleh peneliti dalam proses pengumpulan data secara terstruktur, mengoptimalkan proses perolehan, serta memastikan data dapat diolah dengan baik (Rati Fadliyati, 2015). Sementara itu menurut pendapat lain Instrumen penelitian merujuk pada perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dalam suatu studi. Instrumen ini dapat berupa tes, kuesioner, observasi, wawancara, angket, atau metode lainnya. Pemilihan jenis instrumen harus disesuaikan secara tepat dengan tujuan dan karakteristik penelitian yang dilaksanakan (Akbar, 2017). Terdapat hal-hal yang penting untuk diperhatikan dalam pembuatan instrumen di antaranya:

1. Tahap perencanaan, yang meliputi penetapan tujuan, identifikasi variabel yang akan diteliti, serta pengelompokan atau kategorisasi variabel.
2. Penyusunan item, yakni merancang butir-butir pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk kuesioner sesuai dengan indikator yang telah ditentukan.

3. Penyusunan instrumen, termasuk pemberian petunjuk pengisian, pembuatan surat pengantar, kunci jawaban, dan komponen pendukung lainnya.
4. Pelaksanaan uji coba, dilakukan dalam lingkup terbatas maupun luas untuk menguji efektivitas dan kejelasan instrumen.
5. Evaluasi hasil uji coba, mencakup analisis item, pemeriksaan pola jawaban responden, serta pengumpulan masukan untuk perbaikan instrumen.
6. Revisi instrumen, yaitu memperbaiki butir soal atau pernyataan yang kurang optimal berdasarkan temuan selama proses uji coba (Rati Fadliyati, 2015).

#### **3.4.1 Operasional Variabel**

Variabel adalah sesuatu atau nilai yang berubah-ubah, bervariasi, dapat diukur secara ilmiah, dan merupakan fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian (Megasari & Latif, 2022). Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan faktor yang diduga memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen. Sementara itu, variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya perubahan pada variabel independen (Monitaria & Baskoro, 2021). Maka pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Electronic Word of Mouth* (X) sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Berkunjung (Y).

Operasional variabel adalah definisi atau penjelasan secara spesifik terhadap variabel-variabel yang akan diteliti (Putra et al., 2022). Definisi tersebut berfungsi sebagai pedoman yang mengatur langkah-langkah dan prosedur penelitian, sehingga proses pengumpulan serta analisis data dapat dilakukan secara sistematis, terfokus, efisien, dan konsisten. (Megasari & Latif, 2022). Penjabaran secara spesifik mengenai definisi operasional variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini disajikan pada tabel 3.1 berikut;

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

| NO | VARIABEL                        | DEFINISI OPERASIONAL  | INDIKATOR   | PERNYATAAN  | SKALA PENGUKURAN |
|----|---------------------------------|---|---|---|------------------|
| 1. | <i>Electronic Word of Mouth</i> | <i>Electronic word of mouth</i> adalah penyebaran informasi atau respons dari konsumen maupun calon konsumen mengenai produk atau jasa dapat berupa pernyataan positif maupun negatif yang dapat diakses oleh banyak orang dalam internet (Khairunnisa & Ritonga, 2023) | 1. <i>Intensity.</i>  | 1. frekuensi melihat ulasan dan informasi mengenai suatu produk dalam internet dan sosial media | Ordinal          |
|    |                                 |   |   | 2. Produk sering muncul dalam pencarian di media sosial atau internet.                          | Ordinal          |
|    |                                 |   | 2. <i>Valance of opinion</i>  | 1. ulasan positif mengenai produk   | Ordinal          |
|    |                                 |   |   | 2. ulasan negatif mengenai sebuah produk  | Ordinal          |
|    |                                 |   | 3. <i>Content</i>   | 1. Seberapa informatif konten sebuah produk   | Ordinal          |
|    |                                 |   |   | 2. Kualitas konten sebuah produk  | Ordinal          |
|    |                                 |   | 4. <i>Accuracy</i>  | 1. Kesesuaian sebuah informasi dengan pengalaman yang didapatkan                                | Ordinal          |
|    |                                 |   |   | 2. Ulasan dalam internet membantu memahami ekspektasi yang diharapkan.                          | Ordinal          |
|    |                                 |   | 5. <i>Helping the company</i>   | 1. Keinginan untuk memberikan ulasan positif  | Ordinal          |
|    |                                 |   |   | 2. Keinginan tulus untuk merekomendasikan   | Ordinal          |
|    |                                 |   | 6. <i>Source credibility</i> (Nyoko & Samuel, 2021) (Sa'ait et al., 2016) | 1. Informasi dan ulasan ditulis oleh orang yang memiliki pengalaman langsung.                   | Ordinal          |
|    |                                 |   |   | 2. Informasi dalam media sosial dan internet  | Ordinal          |

| NO | VARIABEL             | DEFINISI OPERASIONAL   | INDIKATOR                           | PERNYATAAN  | SKALA PENGUKURAN |
|----|----------------------|--|-------------------------------------|---|------------------|
|    |                      |  | (Nurhidayat et al., 2022)           | akurat dan dapat dipercaya.   |                  |
| 2  | Keputusan Berkunjung | Keputusan berkunjung merupakan perilaku pembelian seseorang dalam menentukan tujuan wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan, langkah-langkah pengambilan keputusan dimulai dari kebutuhan dan keinginan untuk melakukan perjalanan wisata, selanjutnya mengumpulkan informasi kemudian menilai pilihan daya tarik wisata dan memilih yang paling sesuai (Putri & Bhaskara, 2023) | 1. Pemilihan produk                 | 1. Berkunjung berdasarkan ulasan positif                            | Ordinal          |
|    |                      |  |                                     | 2. Berkunjung berdasarkan minat                                     | Ordinal          |
|    |                      |  | 2. Pemilihan merek                  | 1. Memutuskan berkunjung karena reputasi                            | Ordinal          |
|    |                      |  |                                     | 2. Memutuskan berkunjung karena popularitas                         | Ordinal          |
|    |                      |  | 3. Pemilihan penyalur               | 1. Memilih saluran distribusi berdasarkan rekomendasi.              | Ordinal          |
|    |                      |  |                                     | 2. Memilih saluran distribusi berdasarkan harga.                    | Ordinal          |
|    |                      |  | 4. Jumlah kunjungan                 | 1. Akan melakukan kunjungan kembali                                 | Ordinal          |
|    |                      |  |                                     | 2. Frekuensi kunjungan berdasarkan ulasan internet dan media sosial | Ordinal          |
|    |                      |  | 5. Waktu kunjungan                  | 1. Lama kunjungan berdasarkan ulasan.                               | Ordinal          |
|    |                      |  |                                     | 2. Melakukan kunjungan berdasarkan waktu                            | Ordinal          |
|    |                      |  | 6. Metode pembayaran (Karini, 2019) | 1. Pembayaran berdasarkan ulasan                                    | Ordinal          |
|    |                      |  |                                     | 2. Kemudahan dalam melakukan pembayaran                             | Ordinal          |

### 3.4.2 Uji Validitas & Reliabilitas

Pengujian validitas adalah prosedur yang digunakan untuk menilai kesesuaian dan ketepatan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti serta validitas

setiap pertanyaan dalam instrumen (Prambudi & Imantoro, 2021). Kuesioner dapat dinyatakan valid apabila dalam setiap butir pertanyaan mampu berfungsi sebagai alat untuk mengukur dan mengungkapkan apa yang ingin diketahui, selanjutnya kuesioner dapat dinyatakan valid apabila hasil nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (Rosita et al., 2021). Untuk menguji validitas digunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut:

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = jumlah responden

$\sum X$  = jumlah skor butir soal

$\sum Y$  = jumlah skor total soal

$\sum X^2$  = jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$  = jumlah skor total kuadrat butir soal

Kriteria penilaian validitas instrumen adalah sebagai berikut:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau  $r_{hitung}$  negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Dalam penelitian ini akan dilaksanakan pengujian validitas yaitu *electronic word of mouth* dengan indikator *intensity, valance of opinion, content, accuracy, helping company*, dan *Source credibility* sebagai instrumen variabel (X) dan keputusan berkunjung dengan indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, jumlah kunjungan, waktu kunjungan, dan metode pembayaran sebagai instrumen variabel (Y) yang kemudian menjadi 24 butir pernyataan dan diajukan kepada 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25, dan hasil pengujiannya disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel E-WoM

| <b>Variabel</b>             | <b>No. Item</b> | <b>r<sub>hitung</sub></b> | <b>r<sub>tabel</sub></b> | <b>Kriteria</b> |
|-----------------------------|-----------------|---------------------------|--------------------------|-----------------|
| Electronic Word of<br>Mouth | X1.1            | 0,793                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.2            | 0,801                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.3            | 0,832                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.4            | 0,789                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.5            | 0,802                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.6            | 0,896                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.7            | 0,774                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.8            | 0,837                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.9            | 0,895                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.10           | 0,185                     | 0,361                    | Tidak Valid     |
|                             | X1.11           | 0,704                     | 0,361                    | Valid           |
|                             | X1.12           | 0,755                     | 0,361                    | Valid           |

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung

| <b>Variabel</b>         | <b>No. Item</b> | <b>r<sub>hitung</sub></b> | <b>r<sub>tabel</sub></b> | <b>Kriteria</b> |
|-------------------------|-----------------|---------------------------|--------------------------|-----------------|
| Keputusan<br>Berkunjung | Y1.1            | 0,524                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.2            | 0,792                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.3            | 0,546                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.4            | 0,682                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.5            | 0,781                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.6            | 0,748                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.7            | 0,556                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.8            | 0,554                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.9            | 0,781                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.10           | 0,760                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.11           | 0,823                     | 0,361                    | Valid           |
|                         | Y1.12           | 0,597                     | 0,361                    | Valid           |

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 3.2 dan 3.3 tersebut, temuan dari uji validitas mengindikasikan bahwa terdapat satu butir pernyataan dari variabel X indikator *helping company* lebih tepatnya pernyataan X1.10 yang dinyatakan tidak valid, dikarenakan nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu  $0,185 < 0,361$ . Maka pernyataan X1.10 tidak akan digunakan dalam penelitian ini sehingga jumlah pernyataan menjadi 23 butir. Sehingga instrumen variabel X dan Y tetap dinyatakan valid dikarenakan memenuhi kriteria yaitu nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  0,361 dan semua butir pernyataan sudah mewakili dari setiap indikator pada variabel *e-wom* dan keputusan berkunjung.

Uji reliabilitas ditujukan sebagai penilaian dalam menilai sejauh mana alat ukur menunjukkan konsistensi dalam pengukuran. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan apakah instrumen dapat dipercaya dan tetap stabil meskipun digunakan berulang kali. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memberikan hasil yang serupa dalam beberapa kali pengukuran yang dilakukan pada kondisi yang sebanding (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Metode *Croanbach's Alpha* digunakan pada penelitian ini, apabila nilai *Croanbach's Alpha*  $> 0,70$  maka instrumen pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Berikut merupakan rumus *Croanbach's Alpha*:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Si}{St} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah item pertanyaan

$\sum Si$  = jumlah varian skor tiap item

$St$  = jumlah varian butir

Rentang Nilai Alpha Croanbach's adalah  $\alpha < 0.50$  reliabilitas rendah,  $0.50 < \alpha < 0.70$  reliabilitas moderat,  $\alpha > 0.70$  maka reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*),  $\alpha > 0.80$  maka reliabilitas kuat,  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Semakin kecil nilai alpha menunjukkan semakin banyak item yang tidak reliabel. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas pada electronic word of mouth dan keputusan berkunjung yang dijadikan sebagai instrumen:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel                        | $C_{\text{hitung}}$ | $C_{\alpha}$ | Keterangan |
|----|---------------------------------|---------------------|--------------|------------|
| 1  | <i>Electronic Word of Mouth</i> | 0,933               | 0,700        | Reliabel   |
| 2  | Keputusan Berkunjung            | 0,886               | 0,700        | Reliabel   |

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut instrumen pada penelitian ini dinyatakan reliabel baik dari variabel *e-wom* maupun keputusan berkunjung, dikarenakan nilai *Croanbach's Alpha* lebih dari 0,700, dimana variabel *e-wom* memiliki nilai *Croanbach's Alpha* 0,933 yang bahkan termasuk dalam kategori reliabilitas sempurna, sementara variabel keputusan berkunjung memiliki nilai *Croanbach's Alpha* 0,886 yang termasuk dalam kategori reliabilitas kuat.

### 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Studi literatur, wawancara, dan angket kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini. Studi literatur digunakan untuk mencari informasi relevan dari penelitian sebelumnya, menemukan masalah dalam penelitian dan untuk melakukan kajian terhadap teori yang relevan, studi literatur dilakukan pada artikel jurnal ilmiah yang relevan. Wawancara merupakan aktivitas tatap muka antara dua individu yang saling berinteraksi melalui proses tanya jawab, dengan tujuan saling berbagi informasi dan ide guna memahami suatu topik secara lebih jelas (Sugiyono, 2019).

Ketika peneliti perlu melakukan eksplorasi awal untuk menemukan masalah penelitian, wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Wawancara juga dilakukan ketika diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai karakteristik responden. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada DISPARPORA Kabupaten Tasikmalaya untuk mengetahui jumlah pengunjung Gunung Galunggung dalam tiga tahun terakhir yaitu tahun 2022-2024.

Angket atau kuesioner merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan berbagai jenis pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selaras dengan pandangan tersebut, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden guna mendapatkan jawaban (Sugiyono,

2019). Pendapat lain menjelaskan bahwa kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang dipergunakan untuk mengumpulkan data dari responden mengenai pengetahuan mereka atau informasi pribadi (Rati Fadliyati, 2015).

#### 3.4.4 Skala Pengukuran

Penggunaan skala Likert bertujuan untuk mengukur tanggapan individu terkait sikap, opini, dan persepsi terhadap fenomena sosial tertentu. Variabel yang diteliti diuraikan ke dalam sejumlah indikator, yang selanjutnya dijadikan landasan dalam merancang item-item instrumen yang berbentuk pertanyaan atau pernyataan. Hasil dari setiap item instrumen bervariasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Aryani & Kurnianingsih, 2023).

Tabel 3. 5 Skala Likert

| PERNYATAAN          | PENILAIAN |
|---------------------|-----------|
| Sangat setuju       | 5         |
| Setuju              | 4         |
| Kurang setuju       | 3         |
| Tidak setuju        | 2         |
| Sangat tidak setuju | 1         |

Berdasarkan tabel tersebut skala likert yang digunakan adalah dengan skala penilaian 1-5 dengan pernyataan sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan uraian: Sangat setuju mendapatkan penilaian 5 poin, setuju mendapatkan penilaian 4 poin, kurang setuju mendapatkan penilaian 3 poin, tidak setuju mendapatkan penilaian 2 poin, sangat tidak setuju mendapatkan penilaian 1 poin.

### 3.5 PROSEDUR PENELITIAN

Pada umumnya prosedur penelitian memiliki 3 tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap penelitian, dan tahap pelaporan.

#### 3.5.1 Tahap Perencanaan

- a. Menentukan masalah berdasarkan fenomena/gap yang terjadi dan melakukan studi pendahuluan.
- b. Menetapkan variabel yang akan diukur dalam studi.

- c. Melakukan tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat dasar teori.
- d. Memilih metode penelitian yang sesuai untuk diterapkan.
- e. Menyusun dokumen proposal penelitian.
- f. Merancang instrumen penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan.
- g. Melaksanakan seminar untuk mempresentasikan proposal penelitian.

### **3.5.2 Tahap Penelitian**

- a. Melaksanakan pengujian validitas data.
- b. Melakukan uji coba terhadap instrumen penelitian.
- c. Menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data.
- d. Mengumpulkan angket yang telah diisi oleh para responden.
- e. Melaksanakan pengolahan data serta melakukan analisis statistik.

### **3.5.3 Tahap Pelaporan**

- a. Menyusun laporan penelitian dalam format skripsi.
- b. Melaksanakan ujian sidang untuk mempertahankan skripsi.

## **3.6 ANALISIS DATA**

Analisis data dilakukan untuk mengubah data acak diolah menjadi informasi sehingga sifat atau karakteristiknya dapat dipahami dengan mudah dan berguna untuk menjawab permasalahan penelitian. Informasi ini bermanfaat baik untuk menggambarkan data secara deskriptif maupun untuk melakukan induksi atau penarikan kesimpulan mengenai karakteristik populasi (parameter) berdasarkan sampel (statistic) (Fadliyati, 2015). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak statistik SPSS. Proses analisis diawali dengan uji kualitas data yang meliputi pengujian validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan memenuhi standar kelayakan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi atau diagram, yang bertujuan untuk memberikan gambaran deskriptif mengenai karakteristik responden atau sampel yang diteliti. Setelah itu, dilakukan analisis regresi guna mengidentifikasi hubungan antar variabel. Tahap akhir berupa pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah proposisi yang diajukan dalam penelitian

dapat diterima atau harus ditolak, berdasarkan hasil analisis statistik yang diperoleh (Fadliyati, 2015).

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berfungsi untuk mengolah data dengan cara menggambarkan atau memaparkan data secara apa adanya, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas (Sugiyono, 2019). Penyajian data pada statistik deskriptif, disajikan pada tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, kemudian dilakukan perhitungan persentase modus, median, dan mean. Kemudian, melakukan tabulasi data dalam tabel frekuensi, diikuti dengan interpretasinya dalam bentuk deskriptif, selanjutnya dilakukan proses sebagai berikut

- a. Editing data: Untuk memastikan data yang telah dikumpulkan jelas, mudah dibaca, konsisten, dan lengkap.
- b. Coding: Mengubah data menjadi bentuk angka.
- c. Tabulating: Menyusun data dalam bentuk tabel yang menghasilkan statistik deskriptif berdasarkan variabel yang diteliti.

Tabel 3. 6 Tabulating Data

| No                | Pernyataan | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | Jumlah | Skor total | Skor Ideal |
|-------------------|------------|---|---|---|---|---|--------|------------|------------|
|                   |            |   |   |   |   |   |        |            |            |
|                   |            |   |   |   |   |   |        |            |            |
|                   |            |   |   |   |   |   |        |            |            |
|                   |            |   |   |   |   |   |        |            |            |
| Jumlah Skor Total |            |   |   |   |   |   |        |            |            |
| Presentase Skor   |            |   |   |   |   |   |        |            |            |

Untuk mengklasifikasikan data dilakukan penghitungan garis kontinum dengan cara berikut:

- a. Menentukan Nilai Indeks Terendah (mengalikan skor terendah, jumlah item pertanyaan, dan total responden)

- b. Menentukan Nilai Indeks Tertinggi (Dihitung melalui perkalian antara skor tertinggi, jumlah pertanyaan yang digunakan, dan jumlah responden)
- c. Menghitung Nilai Interval (Didapatkan dari selisih antara indeks tertinggi dan indeks terendah)
- d. Menentukan Ukuran Tiap Jenjang Kategori (Jarak antar kategori diperoleh dengan membagi nilai interval dengan jumlah klasifikasi)
- e. Menghitung Persentase Skor Responden (Total skor aktual dibagi dengan skor maksimum, lalu dikalikan 100% untuk mendapatkan persentase kecenderungan).

|                        |              |        |        |               |
|------------------------|--------------|--------|--------|---------------|
| Sangat<br>Tidak Setuju | Tidak Setuju | Netral | Setuju | Sangat Setuju |
|------------------------|--------------|--------|--------|---------------|

Gambar 3. 1 Garis Kontinum

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier. Dalam penelitian ini, karena menggunakan analisis regresi linear berganda, maka prosedurnya mencakup pengujian normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

#### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah data residual mengikuti pola distribusi normal. Hal ini penting karena dalam analisis regresi yang ideal, residual atau galat seharusnya terdistribusi secara normal guna memenuhi asumsi klasik regresi linear, suatu data dinyatakan normal apabila memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  (Budi et al., 2024). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan kolmogorov-smirnov dengan persamaan:

$$KD : 1,36 \frac{n1+n2}{n1 n2}$$

Keterangan:

KD = Jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n1 = Jumlah Sampel yang diperoleh

$n_2$  = Jumlah Sampel yang diharapkan

### 3.6.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas dapat menentukan keberadaan hubungan linear dalam model yang dibentuk, pengujian ini juga dapat menentukan apakah hubungan linier antara dua variabel yang telah ditetapkan secara teoritis dapat dibuktikan melalui kesesuaian hasil observasi empiris di lapangan (Budi et al., 2024). Dasar dalam menentukan keputusan pada uji linearitas adalah dengan melihat nilai signifikansi (probabilitas). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat linear. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hubungan antara kedua variabel tersebut dianggap tidak linear (C. K. Setiawan & Yosepha, 2020).

### 3.6.2.3 Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah untuk memastikan tidak adanya hubungan yang signifikan antar variabel independen yang dapat mempengaruhi keakuratan model regresi. Multikolinearitas tidak terjadi jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ . Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk dianalisis lebih lanjut (Ghozali, 2011).

### 3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi adanya ketidakhomogenan varians residual dalam model regresi. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser Test t, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  (Ghozali, 2011). Mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi persyaratan asumsi klasik, sehingga dapat dianggap valid dan dapat digunakan untuk proses analisis lanjutan secara statistik.

## 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah model yang menjelaskan hubungan dua atau lebih variabel bebas (x) dengan variabel terikat (Y) analisis ini dapat memprediksi arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sinaga et al., 2022). Dalam penelitian ini penggunaan analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui apakah dalam setiap variabel bebas *electronic*

*word of mouth* (X) yang meliputi indikator (X<sub>1</sub>) *Intensity*, (X<sub>2</sub>) *Valance of Opinion*, (X<sub>3</sub>) *Content*, (X<sub>4</sub>) *Accuracy*, (X<sub>5</sub>) *Helping Company*, dan (X<sub>6</sub>) *Source Credibility*. mempengaruhi variabel keputusan berkunjung (Y). Persamaan dalam analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, ..... X<sub>n</sub> = Variabel bebas

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, ..... b<sub>n</sub> = Nilai koefisien regresi

### 3.6.3.1 Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi berfungsi untuk mengukur tingkat kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2019). Ada beberapa teknik dalam menguji koefisien korelasi, salah satunya adalah korelasi *product moment* teknik ini dapat digunakan pada penelitian di mana masing-masing variabel memiliki skala pengukuran interval masing-masing (Rosalina et al., 2023). Dengan penjelasan tersebut maka teknik korelasi *product moment* digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan persamaan korelasi *product moment*:

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

Keterangan :

r<sub>xy</sub> = koefisien korelasi

x = variabel bebas

y = variabel terikat

n = banyaknya subjek yang diteliti

Untuk menginterpretasikan koefisien korelasi secara konvensional dapat mengacu pada tabel berikut ini.

Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien korelasi

| <b>Koefisien Korelasi r</b> | <b>Interpretasi</b> |
|-----------------------------|---------------------|
| 0,80 – 1,00                 | Sangat kuat         |
| 0,60 – 0,80                 | Kuat                |
| 0,40 – 0,60                 | Cukup kuat          |
| 0,20 – 0,40                 | Lemah               |
| 0,00 – 0,20                 | Sangat lemah        |

(Rosalina et al., 2023)

Korelasi product moment dilambangkan dengan r, setiap variabel dalam koefisien korelasi product moment memiliki hubungan positif dan negatif. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Hubungan antara dua variabel atau lebih adalah sempurna ketika koefisien korelasi hubungan tersebut = 1 atau = -1.

### 3.6.3.2 Analisis Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi biasanya dinyatakan dalam bentuk simbol  $R^2$ , nilai koefisien determinasi adalah 0-1 (Natoen et al., 2018). Koefisien determinasi menggambarkan kontribusi relatif variabel independen terhadap variabel dependen, yang diwakili oleh persentase. Persentase yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel bebas (X) memiliki kontribusi atau peran yang lebih besar dalam mempengaruhi variabel terikat, sedangkan persentase yang lebih rendah menunjukkan bahwa variabel bebas (X) memiliki kontribusi atau peran yang lebih kecil dalam mempengaruhi variabel terikat (Sehangunaung et al., 2023). Persamaan untuk menentukan persentase koefisien determinasi adalah sebagai berikut.

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

Keterangan :

kd = koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien kuadrat korelasi

### 3.6.3.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menguji validitas suatu pernyataan atau klaim, dengan tujuan untuk menentukan apakah pernyataan tersebut dapat diterima atau harus ditolak berdasarkan data yang diperoleh (Anuraga et al., 2021). Dalam pengujian hipotesis terdapat 2 tahapan yaitu uji f secara simultan dan uji t secara parsial, dengan penjelasan sebagai berikut:

#### (1) Uji F

Uji F digunakan untuk menilai apakah keseluruhan variabel independen secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Proses pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  terhadap nilai  $f_{tabel}$  (Ruslan & Kurbani, 2024). Untuk perhitungan uji f dilakukan dengan persamaan berikut.

$$a = 5\% (0,05)$$

$$F_{tabel} DF_1 = k - 1$$

$$F_{tabel} DF_2 = n - 1$$

Keterangan :

n = banyak data dalam satu variabel

k = banyak variabel yang digunakan

DF = derajat bebas (*degree freedom*)

Ketentuan dalam uji f adalah:

- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0,05 maka secara simultan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0,05 maka secara simultan variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y, artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

#### (2) Uji t

Uji t adalah sebuah pengujian dalam statistik yang dapat menunjukan tingkat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, pengujian dalam uji t menggunakan nilai signifikansi 5% (0,05)

untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh (Sehangunaung et al., 2023). Untuk melakukan uji t dilakukan perhitungan dengan persamaan berikut ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Mengacu pada distribusi normal dalam uji statistik

r = koefisien korelasi yang menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel

$r^2$  = koefisien determinasi / besarnya pengaruh

n = jumlah total sampel yang dianalisis

Pedoman pengambilan keputusan dalam uji t dirumuskan dengan:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara parsial.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara parsial.