

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis variabel yang ingin diteliti dengan memanfaatkan data dalam bentuk angka (Siti Sarah Jamilatul Fuadah, 2023). Maka dari itu analisis data deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik dari data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan atau generalisasi yang lebih luas. Metode ini bertujuan untuk menyajikan informasi yang lebih jelas mengenai data yang ada, dengan fokus dengan pemahaman kondisi saat ini, seperti ukuran pemusatan (rata-rata, median), ukuran penyebaran (range, standar deviasi), serta distribusi data. Dengan demikian, analisis deskriptif membantu memberikan gambaran yang komprehensif tentang data tanpa memperluasnya ke populasi yang lebih besar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana *electronic word of mouth* dan keputusan berkunjung dapat menganalisis daya tarik wisatawan di Kiara Artha Park. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Data yang terkumpul melalui kuisioner memiliki sifat kuantitatif, yang berarti data tersebut berupa angka-angka yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Untuk memahami dan menggambarkan karakteristik data tersebut, analisis deskriptif akan digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang pola, distribusi, serta kecenderungan data yang ada. Selain itu, analisis verifikatif akan dilakukan untuk menguji hubungan atau pengaruh antar variabel yang ada, dengan tujuan untuk mengkonfirmasi hipotesis atau asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kedua metode ini, deskriptif dan verifikatif, saling melengkapi dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang data yang diperoleh.

3.2 Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata Kiara Artha Park. Wisatawan yang sedang mengunjungi destinasi

wisata Gunung Puntang dipilih sebagai partisipan dalam penelitian ini dikarenakan mereka merupakan objek yang sesuai dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu (Sugiyono, 2014). Berdasarkan pemaparan tersebut populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah mengunjungi wisata Kiara Artha Park pada tahun 2024 sebanyak 723.186.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian jumlah yang dimiliki oleh populasi dan karakteristik tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* atau mewakili populasi yang diteliti (Sugiyono, 2018).

Penggunaan sampel oleh peneliti bertujuan untuk mengumpulkan data dengan cara yang lebih efisien dan praktis, terutama ketika populasi yang diteliti sangat besar atau sulit dijangkau. Dalam menentukan ukuran sampel yang tepat, salah satu metode yang umum digunakan adalah rumus Slovin. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan rumus slovin, dengan populasi yang diperkirakan sebanyak 723.186 dan tingkat kesalahan (*margin of error*) yang ditetapkan sebesar 10%, maka ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 99, 96 sampel. Rumus ini membantu peneliti untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan berdasarkan tingkat kepercayaan yang diinginkan dan variabilitas dalam populasi.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e= Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Berikut adalah perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan data:

- Populasi (N) = 723.186
- Tingkat error (e) = 0,05 (5%)

$$n = \frac{723.186}{1 + 723.186(0.05)^2} = \frac{723.186}{1808,965} \approx 399,78$$

Jadi, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah sekitar 400 orang untuk populasi 723.186 dengan tingkat kesalahan 5%.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini diawali dengan menyusun latar belakang atau merumuskan masalah yang berdasarkan permasalahan yang ada di lapangan dengan mewawancarai pengelola Kiara Artha Park. Setelah itu merumuskan kajian teori, membuat hipotesis, dan menentukan metode penelitian yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Pada langkah selanjutnya peneliti menyebarkan data pernyataan skala likert dengan jumlah responden sebanyak 258 responden. Setelah data pernyataan skala likert disebarkan dan data sudah terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah peneliti akan melakukan analisis data dan berakhir dengan penarikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

3.4.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2018). Pengujian instrumen penelitian juga melalui uji validitas dan reliabilitas sebagai syarat yang harus dipenuhi dalam penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer.

3.4.3 Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu yang melekat arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Pengertian operasional variabel diuraikan menjadi indikator empiris meliputi daya tarik (X), e-WOM (X2), dan keputusan berkunjung (Y) (Rosalia Dalima Landang, 2021).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala	No Item
1)	Daya Tarik Wisata (Nugraha I. M., 2021).	<i>What to see</i> (apa yang dapat dilihat)	Keindahan destinasi	Likert	X1.1
			Atraksi	Likert	X1.2
		<i>What to do</i> (apa yang dapat dilakukan)	Aktivitas	Likert	X1.3
			Wisata edukasi	Likert	X1.4
			Festival	Likert	X1.5
		<i>What to buy</i> (apa yang dapat dibeli)	<i>Souvenir</i>	Likert	X1.6
			Kuliner	Likert	X1.7
		<i>What to arrive</i> (cara mencapai lokasi)	Ketersediaan transportasi	Likert	X1.8
			Kemudahan akses	Likert	X1.9
		<i>What to stay</i> (tempat menginap)	Hotel dan homestay	Likert	X1.10
			Fasilitas penginapan	Likert	X1.11
2)	<i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) (Wulansari, 2023).	Intensitas	Informasi melalui platform online	Likert	X.2.1
			Komentar, like, share	Likert	X2.2
		Valensi	Komentar positif	Likert	X2.3
			Komentar negatif	Likert	X2.4
			Rekomendasi pengguna	Likert	X2.5
		<i>Content</i>	Informasi tentang variasi produk dan jasa	Likert	X2.6
			Informasi harga	Likert	X2.7
			Kredibilitas	Likert	X2.8
3)	Keputusan Berkunjung (Nugraha I. M., 2021).	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan wisata	Likert	Y1
			Stimulus internal	Likert	Y2
			Stimulus eksternal	Likert	Y3
		Pencarian Informasi	Sumber informasi,	Likert	Y4
			Intensitas pencarian	Likert	Y5
		Evaluasi alternatif	Perbandingan destinasi,	Likert	Y6
			Pertimbangan keunggulan	Likert	Y7
		Keputusan berkunjung	Niat berkunjung,	Likert	Y8
			Waktu dan jumlah pengunjung	Likert	Y9
		Konsumsi atau perilaku pasca berkunjung	Kepuasan kunjungan	Likert	Y10

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan uraian operasional variabel di atas, penelitian ini mengukur tiga variabel utama, yaitu daya tarik wisata, *electronic word of mouth* (E-WOM) dan keputusan berkunjung dengan indikator dan sub indikator yang telah disesuaikan dengan teori serta penelitian terdahulu. Penyusunan indikator tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan reliabel sehingga mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung. Dengan perumusan yang jelas dan

terukur, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi pemasaran destinasi wisata.

3.5 Prosedur Analisis Data

Pengolahan data merupakan kegiatan setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Kegiatan dalam pengolahan data yaitu dengan mengelompokkan data menurut variabel dan jenis responden, menyusun data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018). Metode pengolahan data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan seluruh variabel secara simultan menggunakan uji-f dan secara parsial menggunakan uji-t. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan memberikan nilai atas jawaban responden dengan skala likert.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	R (Ragu)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3.5.1 Uji Kualitas Data

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas proses untuk menilai sejauh mana alat ukur mampu dengan tepat dan akurat mengukur konstruk atau fenomena yang dimaksud (Chaniago, Maharam, & Efawati, 2023). Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data bahwa mengukur itu valid (Sugiyono, 2018). Uji validitas dilakukan dengan cara mengkolerasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika nilai koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari tahu nilai koefisien tersebut, digunakan rumus *pearson 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

n = Jumlah responden

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah di setiap pernyataan pada alat ukur atau kuisioner layak untuk dijadikan atau digunakan lebih lanjut. Pengujian dilakukan dengan menyebarkan instrumen penelitian yang akan diuji validitasnya kepada 30 responden. Berikut hasil uji validitas pada setiap variabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata

No. Item	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)				
X1.1	What to see (apa yang dapat dilihat)	0.662	0.361	Valid
X1.2		0.829	0.361	Valid
X1.3	What to do (apa yang dapat dilakukan)	0.509	0.361	Valid
X1.4		0.682	0.361	Valid
X1.5		0.45	0.361	Valid
X1.6	What to buy (apa yang dapat dibeli)	0.668	0.361	Valid
X1.7		0.541	0.361	Valid
X1.8	What to arrive (cara mencapai lokasi)	0.586	0.361	Valid
X1.9		0.576	0.361	Valid
X1.10	What to stay (tempat menginap)	0.762	0.361	Valid
X1.11		0.779	0.361	Valid

Sumber: Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3.1, maka kuesioner mengenai variabel daya tarik wisata yang terdiri dari 11 pernyataan dinyatakan valid semua karena total skor positif yaitu di atas nilai 0.361 ke arah r hitung $> r$ kritis dan bernilai positif. Hal ini mengartikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari wisatawan dinyatakan valid dan pernyataan yang diberikan kepada wisatawan sudah tepat untuk mengukur variabel daya tarik wisata.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM

No. Item	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Electronic Word of Mouth (X2)				
X2.1	Intensitas	0.749	0.361	Valid
X2.2		0.577	0.361	Valid
X2.3	Valensi	0.755	0.361	Valid
X2.4		0.401	0.361	Valid
X2.5		0.596	0.361	Valid
X2.6	Content	0.636	0.361	Valid
X2.7		0.649	0.361	Valid
X2.8		0.642	0.361	Valid

Sumber: Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3.2, diperoleh bahwa dari seluruh item pernyataan memenuhi syarat validitas karena nilai r hitungnya $> 0,361$. Hal ini mengartikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari wisatawan dinyatakan valid dan pernyataan yang diberikan kepada wisatawan sudah tepat untuk mengukur variabel *electronic word of mouth*.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung

No. Item	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keputusan Berkunjung (Y)				
Y1	Pengenalan kebutuhan	0.513	0.361	Valid
Y2		0.77	0.361	Valid
Y3		0.788	0.361	Valid
Y4	Pencarian Informasi	0.831	0.361	Valid
Y5		0.834	0.361	Valid
Y6	Evaluasi alternatif	0.503	0.361	Valid
Y7		0.483	0.361	Valid
Y8	Keputusan berkunjung	0.794	0.361	Valid
Y9		0.691	0.361	Valid
Y10	Konsumsi atau perilaku pasca berkunjung	0.787	0.361	Valid

Sumber: Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, diketahui variabel keputusan berkunjung yang terdiri dari 10 pernyataan dinyatakan valid semua karena total skor positif yaitu di atas nilai 0.361 ke arah r hitung $> r$ kritis dan bernilai positif. Hal ini mengartikan bahwa seluruh pilihan jawaban dari wisatawan dinyatakan valid dan pernyataan yang diberikan kepada wisatawan sudah tepat untuk mengukur variabel keputusan berkunjung.

3.5.1.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah metode statistik untuk menilai konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran seperti kuisioner dalam mengukur hal yang sama

di berbagai waktu (Chaniago, Muharam, & Efawati, 2023). Metode ini juga menilai seberapa akurat dan konsisten instrumen tersebut dalam menghasilkan hasil yang serupa ketika digunakan dalam kondisi yang berbeda. Dengan kata lain, uji realibilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan serta untuk melihat seberapa besar tingkat konsistensi dari hasil pengukuran yang dimiliki jika dilakukan pengujian secara berulang.

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018). Realibilitas menunjukkan sejauh mana tingkat pengukuran responden dari suatu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan yang dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *cronbach's alpha* diperoleh hasil uji realibilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0.856	0.7	Reliabel
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	0.748	0.7	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0.885	0.7	Reliabel

Sumber: Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3.4, diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel yang seluruhnya berada di atas nilai kritis sebesar 0,7. Variabel daya tarik wisata memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,856, variabel E-WOM sebesar 0,748, dan variabel keputusan berkunjung sebesar 0,885. Dengan demikian, seluruh instrumen dalam penelitian ini dinilai konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur masing-masing variabel.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berhubungan erat dengan penelitian bermetode kuantitatif. Uji ini digunakan karena terjadi kekhawatiran terhadap data penelitian yang digunakan tidak terdistribusi dengan baik, oleh karena itu mendorong

peneliti untuk melakukan uji asumsi klasik khususnya uji multikolienaritas Salma, 2020 dalam (Effiyaldi, 2022).

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi secara normal, mendekati normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model persamaan penelitian, variabel terikat, dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov dan PP plot standardized residual. Jika nilai Kolmogrov Smirnov > 0.05 dan PP plot standardized residual mendekati garis diagonal, maka data terdistribusi normal Umar, 2011 dalam (Gusti Pratiwi, 2021).

3.5.2.2 Uji Lineartitas

Uji lineartitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang di uji mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dasar Pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu signifikan yang diperoleh $> 0,05$, maka hubungan antar variabel linier, atau jika signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka hubungan antar variabel tidak linier (Permatasari, 2023).

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas menyatakan dalam regresi dimana *varian* dari *residual* tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa *varian* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu *varian* dari *residual*. Gejala yang tidak sama ini disebut dengan gejala heterokedastisitas (Nugraha B. , 2021).

3.5.2.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Jika terjadi gejala multikolineritas, salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi (Nugraha B. , 2021).

3.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk meringkas atau mendeskripsikan karakteristik dasar dari data. Analisis deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. Analisis deskriptif memungkinkan data disajikan dalam bentuk tabel, grafik, penjelasan singkat, dan lain-lain untuk membantu menjelaskan pokok bahasan penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai daya tarik (X1) dan e-WOM (X2) keputusan berkunjung (Y) di Kiara Artha Park, kemudian diklasifikasikan terhadap jumlah total skor responden. Jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap butir pernyataan. Pendeskripsian data setiap variabel penelitian dilakukan dengan membuat tabel distribusi frekuensi yang menentukan tingkat nilai yang diperoleh variabel penelitian. Skor rata-rata ditentukan dengan menjumlahkan jawaban kuesioner dan membaginya dengan jumlah pernyataan dikalikan dengan jumlah responden (Sugiyono, 2018). Berikut cara perhitungannya:

$$\sum X = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah diketahui rata-rata skornya, maka hasil perhitungannya dimasukkan ke dalam garis kontinum dan jawaban responden cenderung berdasarkan nilai rata-rata skor tersebut dan dikategorikan ke dalam rentang skor yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Dengan demikian, menurut Sugiyono (2018), dapat ditentukan kategori skala sebagai berikut:

- 1) Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 maka dikategorikan sangat tidak setuju
- 2) Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 maka dikategorikan tidak setuju
- 3) Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 maka dikategorikan ragu-ragu
- 4) Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 maka dikategorikan setuju
- 5) Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 maka dikategorikan sangat setuju
- 6) Analisis deskriptif dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap

variabel daya tarik, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan keputusan berkunjung, tetapi juga menjadi dasar dalam menginterpretasikan data secara lebih mendalam. Melalui penghitungan skor rata-rata dan pengkategorian berdasarkan garis kontinum, hasil analisis ini diharapkan mampu memberikan informasi yang jelas dan terukur mengenai kecenderungan jawaban responden, sehingga dapat mendukung tahap analisis selanjutnya dalam menguji hubungan antarvariabel penelitian.

3.5.4 Analisis Verifikatif

Pendekatan verifikatif adalah metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima (Herlinawati, 2025).

Dengan demikian, pendekatan verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan kebenaran hubungan antarvariabel yang telah diidentifikasi pada tahap deskriptif. Melalui pengujian hipotesis dengan metode statistik, pendekatan ini memberikan dasar yang objektif dalam menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak, sehingga hasil penelitian yang diperoleh memiliki validitas dan keandalan yang lebih tinggi.

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, karena jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian lebih dari dua variabel. Regresi linier berganda memungkinkan peneliti untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi ganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berkunjung

A= Konstanta

B= Koefesien regresi

X1= Daya Tarik

X_2 = *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)*

E = *Error term*

3.5.4.2 Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen secara simultan.

Menurut Sugiyono (2018), korelasi berganda digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Jika satu variabel naik, variabel lainnya akan naik demikian pula sebaliknya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Adapun rumus korelasi ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi berganda

n = Jumlah responden

x = Variabel independen

y = Variabel dependen

Bila nilai koefisien korelasi berganda r dapat bervariasi dari -1 sampai dengan 1 atau ditulis sistematis dengan $-1 < r < 1$ yaitu:

- 1) Jika $r = 1$ atau mendekati 1, maka disebutkan terdapat hubungan antara variabel independen dan dependen yang sangat kuat dan korelasi antara kedua variabel yang dapat dikatakan positif atau searah.
- 2) Jika $r = -1$ atau mendekati -1, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen negatif atau berlawanan.
- 3) Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa antara variabel independen dan dependen tidak ada hubungan korelasi.

Dengan demikian, interpretasi dari koefisien korelasi berganda atau seberapa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan juga antar data variabel independen diolah menggunakan SPSS 25 yang

berpedoman pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018) yakni sebagai berikut:

Tabel 3.7 Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

No.	Inteval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,200 – 0,399	Lemah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018)

3.5.5 Uji Hipotesis Statistik

Uji hipotesis statistik adalah populasi berdasarkan data sampel. Tujuan utama dari uji hipotesis adalah untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam data sampel untuk mendukung atau menolak hipotesis yang diajukan mengenai populasi. Proses ini dimulai dengan merumuskan dua hipotesis: hipotesis nol (H_0), yang menyatakan tidak ada perbedaan atau pengaruh, dan hipotesis alternatif (H_1), yang menyatakan adanya perbedaan atau pengaruh. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel yang diuji yaitu apakah daya tarik dan e-wom mempunyai pengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan berkunjung. Uji hipotesis korelasi ini dirumuskan dengan menggunakan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) (Mutia, 2024).

3.5.5.1 Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, untuk mengetahui suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan signifikan (α)=0,05 %, jika nilai signifikan lebih kecil dari α (0,05) atau t hitung lebih besar dari t table maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya. (MohammadHabibi, 2021)

1) Merumuskan Hipotesis

- a. $H_a: \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh signifikan antara daya tarik terhadap keputusan berkunjung.
- b. $H_0: \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung.

- c. $H_a: \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh signifikan antara e-wom terhadap keputusan berkunjung.
 - d. $H_0: \beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan antara e-wom terhadap keputusan berkunjung.
- 2) Melakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji T dengan tingkat signifikan 10%, dengan rumus uji T sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_h = Statistik uji korelasi n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

- 3) Berdasarkan perhitungan tersebut maka akan diperoleh hasil hipotesis uji T dengan ketentuan sebagai berikut:
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.5.5.2 Uji F

Uji F merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam sebuah model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki hubungan yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, Uji F digunakan untuk menganalisis apakah Daya Tarik dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan ke Kiara Artha Park. Hasil pengujian akan ditentukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, sehingga dapat diambil keputusan apakah hipotesis nol (H_0) akan ditolak atau diterima.

Untuk pengujian signifikansi terhadap korelasi ganda digunakan persamaan Uji F, rumusnya sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) - (n - k - 1)}$$

Adapun rumusan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) adalah:

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Daya Tarik, *Electronic Word Of Mouth* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung wisata Kiara Artha Park.

H_a : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Daya Tarik, *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung wisata Kiara Artha Park.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% maka H_0 ditolak atau terdapat hubungan yang signifikan antara Daya Tarik, *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung wisata Kiara Artha Park. Akan tetapi, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Daya Tarik, *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung wisata Kiara Artha Park Riduwan, 2015 dalam (Fredy Satrya Anggara, 2017).

3.5.5.3 Analisis Koefisien Determinasi

Dalam analisis statistik, koefisien determinasi (R^2) menjadi salah satu ukuran penting untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen berdasarkan variabel independennya.

Analisis R^2 menunjukkan nilai koefisien determinasi, berguna untuk mengukur sejauh mana kesanggupan model dalam menjelaskan varian variabel. (Dini Okta Saputri R. M., 2024)

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien berganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase.