

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu tour travel di Kota Bandung yaitu Ngetour Travel Organizer. Berada di Jl. Perintis No.15, Sarijadi, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40151. Ngetour Travel Organizer ini merupakan wisata agensi di Kota Bandung yang menyediakan berbagai layanan jasa perjalanan wisata, baik di dalam kota maupun luar kota.

3.2. Desain Penelitian

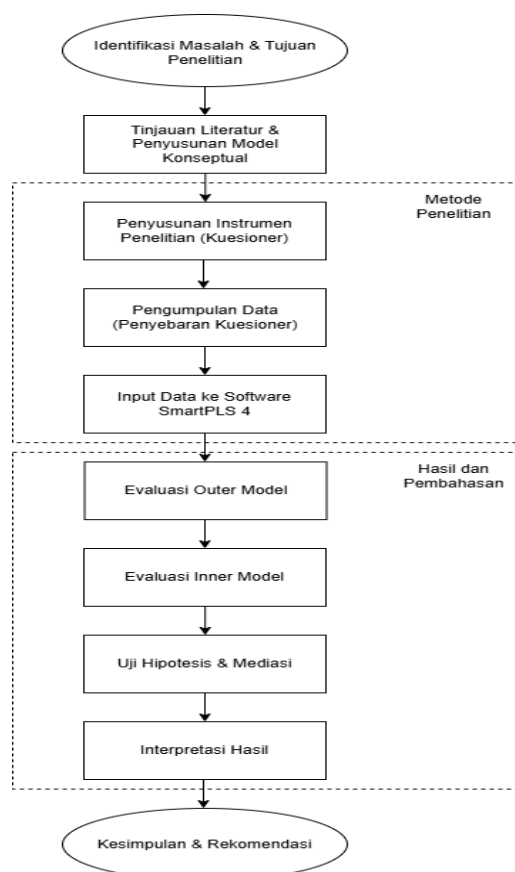
Pada studi ini, metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif kuantitatif yang diolah secara statistik, pendekatan deskriptif sebagaimana yang dijelaskan oleh (Sugiyono et al., 2018) variabel penelitian digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai objek yang peneliti gunakan sebagai sesuatu yang dipelajari dan untuk menarik kesimpulan dari penelitian tersebut.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei, dimana kuesioner disebar kepada responden melalui bentuk *Google Form*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan mengirimkan link Google Form kepada setiap peserta yang telah selesai melakukan perjalanan wisata menggunakan jasa layanan Ngetour Travel Organizer. Jenis pertanyaannya seputar Profil sosial-demografi wisatawan yang dikumpulkan melalui jenis kelamin, usia, jenjang Pendidikan, jenis pekerjaan, dan pendapatan bulanan pribadi. Untuk Variabel Kualitas Pelayanan akan terbagi menjadi 4 dimensi yaitu *Presentation and communication ability* terdapat (6 item), *Professional attitude and ability* terdapat (6 item), *Professional knowledge* terdapat (3 item), dan *Personal Intergrity* terdapat (2 item). *Word of Mouth Intention* (3 item) dan *Tourist Satisfaction* (3 item).

Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan diukur menggunakan Skala *Likert* dengan skala 1-5. Peneliti akan mendistribusikan kuesioner tersebut kepada 15 tur perjalanan wisata bersama Ngetour Travel Organizer, baik di dalam kota maupun luar kota. Setelah terkumpulnya data, peneliti akan menganalisis data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk memperoleh hasil bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap *Word of Mouth Intention* (Y) melalui variabel mediasi *Tourist Satisfaction* (Z) dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistik 27, yang akan dianalisa dan disimpulkan berdasarkan hasil uji hipotesis.

3.3 Diagram Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman terhadap tahapan penelitian yang dilakukan, peneliti menyajikan *flowchart* atau diagram alur penelitian dalam memberikan visualisasi yang sistematis mengenai langkah-langkah penelitian, mulai dari tahap konseptual hingga tahap akhir interpretasi dan kesimpulan. Berikut disajikan diagram alur penelitian pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Penelitian

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM)
MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER**

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

Penelitian ini diawali dengan identifikasi masalah dan penetapan tujuan penelitian yang dirumuskan berdasarkan fenomena empiris dan gap teoretis yang telah ditemukan. Selanjutnya, dilakukan tinjauan literatur serta penyusunan model konseptual dan hipotesis penelitian yang mendasari perancangan instrumen penelitian berupa kuesioner. Setelah instrumen tersusun, proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah menggunakan jasa Ngetour Travel Organizer. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan software SmartPLS 4 yang sesuai untuk pengujian model mediasi dengan pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Tahap analisis data terdiri atas dua bagian, yaitu evaluasi *outer model* (untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator) dan evaluasi *inner model* (untuk menguji hubungan antar konstruk). Uji hipotesis dan mediasi dilakukan berdasarkan hasil *bootstrapping*. Terakhir, dilakukan interpretasi hasil temuan untuk menjawab tujuan penelitian, yang kemudian dirumuskan menjadi simpulan dan rekomendasi berdasarkan temuan penelitian.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah elemen kunci dalam suatu penelitian yang dapat diukur, dikendalikan, atau dimanipulasi untuk memahami hubungan sebab-akibat antara faktor-faktor tertentu (Creswell, 2002). Dalam penelitian ini, variabel dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas atau independent adalah variable yang mempengaruhi atau menentukan variabel dependen (Gunawan, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan *Tour leader* (X)

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang bergantung pada variabel bebas dan mengalami perubahan dari variabel bebas (Ridha, 2017). Dalam penelitian ini, *Word of Mouth Intention* (Y) merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas

3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjadi perantara dalam hubungan antara variabel bebas dan terikat (Sumarmono, 2014). Dalam penelitian ini, *Tourist Satisfaction* (Z) berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani

hubungan antara kualitas pelayanan *Tour leader* dengan *Word of Mouth Intention*

3.5 Operasional Variabel

Untuk menetapkan nilai variabel dalam penelitian, operasionalisasi variabel berperan dalam memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai skala pengukuran variabel, subvariabel, indikator variabel, dan memberikan batasan terhadap variabel yang diteliti (Misbahuddin et al., 2021). Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala	No .
Service Quality Kualitas Pelayanan (Heung, 2008) (Syakier & Hanafiah, 2022)	Presentation and communication ability	<i>Punctual</i> <i>Clear</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour selalu tepat waktu	Ordinal	1
		<i>Information on safety and security</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour menginformasikan keselamatan & keamanan berwisata	Ordinal	2
		<i>Briefing on tour itinerary</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour memberikan arahan yang baik untuk rencana berwisata sehari penuh	Ordinal	3
		<i>Friendly</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour bersikap ramah	Ordinal	4

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala	No .
		<i>Respected tour members</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour menghargai para wisatawan	Ordinal	5
		<i>Good communication and presentation skills</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour mampu berkomunikasi dengan baik	Ordinal	6
	Professional attitude and ability	<i>A sense of humor</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour memiliki selera humor yang bagus	Ordinal	7
		<i>Paid attention to details</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour memperhatikan detail perjalanan selama berwisata	Ordinal	8
		<i>Helpful</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour sigap dalam membantu wisatawan	Ordinal	9
		<i>Able to solve problems</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour mampu memecahkan	Ordinal	10

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala	No .
			masalah selama berwisata		
		<i>Cooperate with other service staff (e.g., driver)</i>	<i>Tour leader</i> dapat bekerja sama dengan staf layanan lainnya (misalnya, sopir) dengan baik	Ordinal	11
		<i>Well-trained</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour memiliki skill yang mahir dalam memandu wisata	Ordinal	12
	Professional knowledge	<i>Neat and tidy appearance</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour berpenampilan rapi dan bersih	Ordinal	13
		<i>Knowledgeable about the destination</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour memiliki wawasan luas akan destinasi yang dituju	Ordinal	14
		<i>This Tour leader arranged services as promised</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour melayani wisatawan sesuai itinerary yang dijanjikan	Ordinal	15

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala	No .
	<i>Personal integrity</i>	<i>Honest and trustworthy</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour terlihat jujur dan dapat dipercaya	Ordinal	16
		<i>Polite and courteous</i>	<i>Tour leader</i> Ngetour bersikap sopan dan ramah kepada peserta	Ordinal	17
<i>Word of Mouth Intention</i> Intensi mulut ke mulut		<i>I will say positive things about this travel agency and recommend to people I know</i>	Saya akan mengatakan hal positif tentang Ngetour Travel Organizer dan merekomendasikan nya kepada teman	Ordinal	18
(Hwang & Lee, 2019) (Syakier & Hanafiah, 2022)		<i>I would encourage others to use the travel agency</i>	Saya akan mengajak siapapun untuk menggunakan jasa Ngetour Travel Organizer	Ordinal	19
		<i>I would spread positive word-of-mouth about the tour guide</i>	Saya akan menyebarkan pengalaman positif saya dengan layanan Ngetour Travel Organizer	Ordinal	20

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala	No .
		<i>services to others</i>			
Tourist Satisfaction Kepuasan Wisatawan (Heung, 2008) (Hwang & Lee, 2019) (Syakier & Hanafiah, 2022)		<i>The tour guide provided a satisfactory resolution to the problem</i>	Tour leader memberikan solusi yang memuaskan saat masalah muncul	Ordinal	21
		<i>I was satisfied with the Tour leader</i>	Saya puas dengan layanan Tour leader Ngetour secara keseluruhan	Ordinal	22
		<i>My choice to use this tour guide was a wise one</i>	Memilih Ngetour Travel Organizer adalah keputusan yang tepat	Ordinal	23

3.6 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini mengacu pada seluruh elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan permasalahan penelitian. Menurut (Malhotra et al., 2016) populasi merupakan total dari semua elemen yang memiliki seperangkat sifat yang sama dan menjadi dasar cakupan penelitian. Informasi mengenai parameter populasi dapat diperoleh melalui proses pengambilan sampel yang representatif. Populasi pada penelitian ini merupakan wisatawan yang telah menggunakan jasa Ngetour Travel Organizer, yaitu wisatawan yang pernah

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER

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

mengikuti setidaknya satu kali tur perjalanan, baik itu private trip atau open trip yang diselenggarakan oleh Ngetour Travel Organizer.

3.6.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, pedoman penentuan ukuran sampel mengacu pada teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM), di mana setiap anggota populasi memiliki peluang untuk dijadikan sampel dalam menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan terhadap *Word of Mouth* (WOM) *Intention* melalui *Tourist Satisfaction* dalam jasa agensi Ngetour Travel Organizer. Untuk memperoleh hasil yang representatif, mengacu pada (Abd Ghani, 2018; Adam Bujang et al., 2022), jumlah sampel yang disarankan dalam analisis SEM berkisar minimal 200 hingga 400 responden dan penelitian ini menggunakan sampel sebesar 220 responden.

3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode purposive sampling, yaitu non probabilistik sampling yang menentukan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Purposive sampling digunakan karena target responden bersifat khusus dan partisipan memiliki pengalaman langsung dengan layanan yang sedang diteliti, agar data yang dikumpulkan pun relevan. Oleh karena itu, wisatawan yang memenuhi syarat, dan menyetujui untuk memberikan informasi juga data pribadinya sebagai partisipan penelitian dapat dijadikan sumber data.

3.7 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut ini penjelasan mengenai sumber data yang digunakan menurut (Helmi, 2014)

1. Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari objek yang diteliti untuk kepentingan studi melalui proses

survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian. Responden dari penelitian ini yaitu pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan Ngetour Travel Organizer

2. Data Sekunder adalah segala informasi data yang sudah ada di berbagai sumber atau yang sudah diterbitkan di berbagai instansi lainnya. Data berupa dokumentasi atau arsip-arsip resmi. Pada penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka seperti penelitian terdahulu, artikel jurnal, atau sumber literatur lainnya.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode dalam penelitian untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan melalui data-data yang sudah terkumpul. (Herdayati & Syahrial, 2019). Dalam penelitian ini, beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan suatu instrumen utama untuk mendapatkan opini responden melalui metode survey sebagai data primernya. Kuesioner berisi pernyataan tentang atribut responden dan pengalaman responden yang mencerminkan indikator pada variabel hubungan kualitas pelayanan, *Word of Mouth Intention*, dan *Tourist Satisfaction*. Responden akan memilih jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pengalaman masing-masing yang telah dialami oleh responden.

2. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, dengan upaya mendapatkan data informasi. Peneliti juga melakukan peninjauan langsung ke lokasi penelitian dan mengumpulkan data-data yang relevan dengan rumusan masalah dalam mendukung penelitian yang sedang diteliti.

3.9 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang peneliti gunakan yaitu kuesioner dengan bantuan *Google form*. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada

partisipan dalam mengumpulkan data sesuai yang peneliti butuhkan. Kuesioner yang disajikan berupa kuesioner tertutup, yang mana jawaban atas daftar pertanyaan-pertanyaan sudah disiapkan oleh peneliti, sehingga partisipan cukup memilih diantara pilihan yang sudah ditampilkan sesuai dengan pemikiran dan preferensi tiap partisipan. Prosedur dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini diantaranya: kuesioner disebarakan melalui 2 tahap yaitu, penyebaran secara online dengan mengirimkan link google form melalui whatsapp kepada setiap peserta yang telah menggunakan jasa Ngetour Travel Organizer dan penyebaran secara offline dengan mengikuti 15 tur perjalanan dan memberikan barcode kepada setiap peserta di akhir perjalanan wisata dengan agensi wisata Ngetour Travel Organizer.

3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas merupakan pengukuran tingkat valid atau tidaknya suatu instrumen (Ghozali, 2018). Sebuah penelitian minimal menggunakan dua pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas (Ma'ruf, 2015). Data dalam suatu penelitian sangatlah penting untuk menggambarkan variabel yang diteliti berfungsi untuk membentuk hipotesis. Dalam proses pengumpulan data kerap kali terjadi pemalsuan data, oleh karena itu, perlu menguji kelayakan data melalui dua tahap pengujian kelayakan yakni uji validitas dan realibilitas. Keberhasilan suatu penelitian dipengaruhi oleh data yang didapat valid dan reliabel. Dalam peneitian ini, pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu software yaitu IBM Statistical Product for Service Solutions (SPSS) versi 27.0 for Windows.

3.10.1 Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016) validitas adalah suatu tes yang menggunakan alat untuk mengukur baik atau tidaknya instrumen, teknik, serta proses dari konsep dalam sebuah penelitian. Dilakukannya pengujian validitas, agar peneliti mengetahui sejauh mana kuesioner dapat mengukur instrumen penelitiannya (Roopa & Rani, 2012).

Setiap instrumen yang akan diuji kelayakannya perlu dilakukan uji signifikansi koefisien relasi pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5%, dimana suatu

instrumen dianggap valid jika berkorelasi signifikansi pada skor total. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05 atau 5%) maka instrumen atau pertanyaan berkorelasi bisa dinyatakan valid. Berikut ini disajikan rumus korelasi pearson product moment dalam mencari koefisien korelasi hasil uji instrumen :

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

Gambar 3.2 Rumus Korelasi Pearson Product

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Berdasarkan jumlah responden dalam penelitian, sebanyak 50 responden dilakukan pengujian untuk memverifikasi kualitas kuesioner sebelum disebarkan kepada responden yang sebenarnya. Pengujian ini akan diuji validitas setiap item pertanyaannya dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% dan derajat kebebasan $dk = n-2$, sehingga nilai $dk = 50 - 2 = 48$ maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,279. Hasil didapatkan dari uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS Statistic 27 for windows dan diajukan terhadap 50 responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas 50 Responden

No	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Level of significant	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan Tour leader (X)					

No	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Level of significant	Kesimpulan
<i>Presentation and communication ability</i>					
1	<i>Tour leader</i> Ngetour selalu tepat waktu	0,455	0,279	0,05	Valid
2	<i>Tour leader</i> Ngetour menginformasikan keselamatan & keamanan berwisata	0,804	0,279	0,05	Valid
3	<i>Tour leader</i> Ngetour memberikan arahan yang baik untuk rencana berwisata sehari penuh	0,839	0,279	0,05	Valid
4	<i>Tour leader</i> Ngetour bersikap ramah	0,687	0,279	0,05	Valid
5	<i>Tour leader</i> Ngetour menghargai para wisatawan	0,807	0,279	0,05	Valid
6	<i>Tour leader</i> Ngetour mampu berkomunikasi dengan baik	0,666	0,279	0,05	Valid
<i>Professional attitude and ability</i>					
7	<i>Tour leader</i> Ngetour memiliki selera humor yang bagus	0,695	0,279	0,05	Valid
8	<i>Tour leader</i> Ngetour memperhatikan detail perjalanan selama berwisata	0,901	0,279	0,05	Valid

No	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Level of significant	Kesimpulan
9	<i>Tour leader</i> Ngetour sigap dalam membantu wisatawan	0,888	0,279	0,05	Valid
10	<i>Tour leader</i> Ngetour mampu memecahkan masalah selama berwisata	0,858	0,279	0,05	Valid
11	<i>Tour leader</i> dapat bekerja sama dengan staf layanan lainnya (misalnya, sopir) dengan baik	0,872	0,279	0,05	Valid
12	<i>Tour leader</i> Ngetour memiliki skill yang mahir dalam memandu wisata	0,792	0,279	0,05	Valid
<i>Professional knowledge</i>					
13	<i>Tour leader</i> Ngetour berpenampilan rapi dan bersih	0,772	0,279	0,05	Valid
14	<i>Tour leader</i> Ngetour memiliki wawasan luas akan destinasi yang dituju	0,783	0,279	0,05	Valid
15	<i>Tour leader</i> Ngetour melayani wisatawan sesuai itinerary yang dijanjikan	0,901	0,279	0,05	Valid
<i>Personal integrity</i>					
16	<i>Tour leader</i> Ngetour terlihat jujur dan dapat dipercaya	0,701	0,279	0,05	Valid

No	Item Pertanyaan	rHitung	rTabel	Level of significant	Kesimpulan
17	<i>Tour leader</i> Ngetour bersikap sopan dan ramah kepada peserta	0,740	0,279	0,05	Valid
<i>Tourist Satisfaction (Z)</i>					
18	<i>Tour leader</i> memberikan solusi yang memuaskan saat masalah muncul	0,924	0,279	0,05	Valid
19	Saya puas dengan layanan <i>Tour leader</i> Ngetour secara keseluruhan	0,890	0,279	0,05	Valid
20	Memilih Ngetour Travel Organizer adalah keputusan yang tepat	0,924	0,279	0,05	Valid
<i>Word of Mouth Intention (Y)</i>					
21	Saya akan mengatakan hal positif tentang Ngetour Travel Organizer dan merekomendasikannya kepada teman	0,934	0,279	0,05	Valid
22	Saya akan mengajak siapapun untuk menggunakan jasa Ngetour Travel Organizer	0,894	0,279	0,05	Valid
23	Saya akan menyebarkan pengalaman positif saya dengan layanan Ngetour Travel Organizer	0,868	0,279	0,05	Valid

Sumber: Hasil olahan peneliti (2025)

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER

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

Dalam penelitian ini diuji validitas dari instrumen kualitas pelayanan *Tour leader* sebagai variabel bebas, *Tourist Satisfaction* sebagai variabel intervening dan *Word of Mouth* sebagai variabel terikat. Berdasarkan pengujian, tabel di atas menunjukkan bahwa semua item dari pertanyaan dikatakan valid dengan kriteria r hitung $> r$ tabel. Nilai tertinggi dalam pemrosesan data di atas yaitu 0,934 dan nilai terendah yaitu 0,455, dengan r tabel yaitu 0,279.

Sebagai temuan dari hasil pengolahan tes validitas sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa setiap item pertanyaan pada instrumen penelitian ini layak digunakan dalam metode penelitian selanjutnya

3.10.2 Uji Reliabilitas

Data yang telah diuji dan dinyatakan valid, selanjutnya dapat di uji reliabilitasnya. Reliabilitas ini menunjukkan seberapa konsistensi suatu alat ukur, uji reliabilitas ini penting dilakukan, ketika terjadi data yang tidak reliabel maka mempengaruhi hasil data yang tidak konsisten dan akan sulit digunakan sebagai data untuk penelitian. Pengujian reliabilitas memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika cronbach alpha > 0.6 berarti reliabilitas kuesioner dinyatakan reliabel (*sufficient reliability*) reliabilitas kuesioner mencukupi
2. jika cronbach alpha < 0.6 berarti realibilitas kuesioner terbilang rendah dan dinyatakan tidak reliabel
3. Jika cronbach alpha antara 0.7 – 0.9 maka reliabilitas kuesioner tinggi
4. Jika cronbach alpha > 0.9 berarti reliabilitas kuesioner dikatakan sempurna

Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas yang dilakukan setelah mendapatkan hasil uji validitas yang dinyatakan valid menggunakan SPSS:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas 50 Responden

Variabel	Total Item	Nilai Koefisien	Keterangan
Kualitas Pelayanan <i>Tour leader</i> (X)	17	0,953>0,600	Reliabel
Touris Satisfaction (Z)	3	0,897>0,600	Reliabel

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM)
MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER

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

<i>Word of Mouth Intention</i> (Y)	3	0,878>0,600	Reliabel
------------------------------------	---	-------------	-----------------

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reliabilitas setiap variabelnya, variabel X mendapatkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,953, nilai *cronbach alpha* dari variabel Z sebesar 0,897 dan nilai *cronbach alpha* dari variabel Y sebesar 0,878 Sehingga dapat dibuktikan bahwa ketiga variabel di atas dikatakan reliabel karena memiliki nilai reliabilitas di atas 0,6 dan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki reliabilitas kuesioner yang tinggi hingga sempurna.

3.11 Teknik Analisis Data

Berdasarkan Sugiyono (2017) analisis data adalah suatu kegiatan dalam mengelompokkan data-data, baik itu variabel, jenis responden, dan tabulasi data dari variabel yang terdapat pada seluruh responden, lalu data tersebut disajikan, serta melakukan perhitungan dalam menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Peneliti menggunakan Teknis analisis data deskriptif dalam penelitian ini, untuk menganalisa data yang sudah diperoleh.

3.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu teknik dimana data yang telah terkumpul, dideskripsikan dan digambarkan tanpa membuat pernyataan yang berlaku secara general atau mengeneralisasi (Sugiyono, 2017). Tujuan dilakukannya analisis deskriptif ini yaitu untuk menjelaskan setiap elemen variabel dalam penelitian, proses perhitungan pada analisis deskriptif dilakukan melalui perhitungan nilai konstruk sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi setiap jawaban berdasarkan bobot skor
2. Mengalikan frekuensi dengan bobot untuk memperoleh skor aktual
3. Menjumlahkan seluruh skor aktual
4. Menjumlahkan total frekuensi jawaban
5. Membagi total skor aktual dengan total frekuensi untuk mendapatkan skor rata-rata

6. Hasil skor rata-rata pada poin 5 dimasukkan ke dalam kategori penilaian yang telah ditetapkan

Tabel 3.4 Kriteria Kategori Jawaban Responden

Interval	Kategori Kriteria
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Setelah mengkategorikan jawaban responden, berikutnya yaitu pembuatan garis kontinum menjadi lima tingkatan: sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik, sangat baik. Dalam mengkategorikan hasil perhitungan, penelitian ini menggunakan kriteria penafsiran dengan rentang 0% hingga 100%. Kriteria penafsiran dijelaskan dalam batas-batas pada tabel berikut.

Tabel 3.5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

Interval	Kategori Kriteria
0%	Tidak Seorangpun
1-25%	Sebagian Kecil
26-49%	Hampir Setengahnya
50%	Setengahnya
51-75%	Sebagian Besar
76-99%	Hampir Seluruhnya
100%	Seluruhnya

Sumber: (Moh. Ali, 2013)

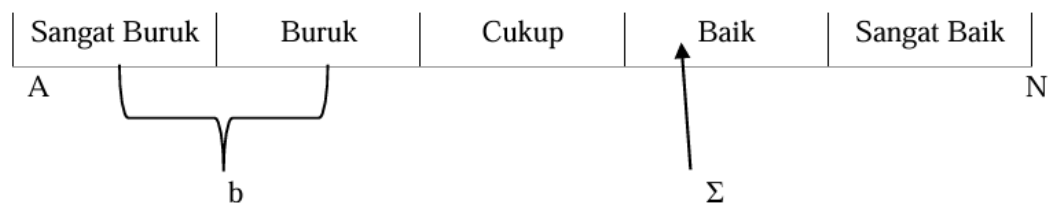
Garis kontinum dilakukan untuk membandingkan setiap total skor tiap-tiap variabel, yaitu Kualitas Pelayanan *Tour leader*, *Tourist Satisfaction*, dan word of muth *Intention*. Langkah-langkah dalam menentukan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM) MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER

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

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah
 - a) Kontinum tertinggi = Skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b) Kontinum terendah = Skor terendah x jumlah item x jumlah responden
2. Menentukan selisih skor tiap kontinum dari tiap tingkatan
 Panjang interval = (Skor maksimum – Skor Minimum) : Jumlah interval
3. Menetapkan wilayah skor dimana hasil skor penelitian berada pada garis kontinum, penggambaran kriteria ini disajikan pada gambar garis kontinum penelitian



Gambar 3.3 Garis Kontinum Penelitian

Keterangan:

A = Skor minimum

b = Jarak interval

Σ = Jumlah perolehan skor

N = Skor ideal

3.11.2 Analisis Verifikatif

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Teknik ini dipilih karena dapat menguji hubungan kausal yang kompleks antara variabel laten, baik secara langsung maupun tidak langsung (mediasi) serta perbandingan variabel bebas terhadap variabel terikat (Chonsalasin *et al.*, 2020), serta mampu menangani model dengan jumlah indikator yang besar dan ukuran sampel relatif kecil. Analisis dilakukan secara bertahap, dimulai dari evaluasi outer model, inner model, uji signifikansi jalur, hingga uji mediasi.

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM)
MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER**

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

1. Menyusun Data

Dalam proses penyusunan data, peneliti terlebih dahulu memeriksa kelengkapan identitas responden sebagai bentuk tanggung jawab atas validitas data. Selanjutnya, dilakukan pengecekan seluruh bagian kuesioner untuk memastikan setiap pernyataan telah diisi secara lengkap dan konsisten. Langkah ini penting untuk menjaga kualitas data yang akan dianalisis. Setiap isian mencerminkan pengalaman responden, sehingga perlu dihargai dan dijaga keutuhannya. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data dilakukan dengan memberi skor pada setiap jawaban responden sesuai skala yang digunakan. Selanjutnya, skor-skor tersebut dijumlahkan dan disusun dalam bentuk peringkat. Peringkat ini dikelompokkan berdasarkan masing-masing variabel penelitian. Proses ini memudahkan analisis statistik lebih lanjut. Hasil tabulasi menjadi dasar untuk menarik kesimpulan yang sistematis.

3. Menganalisis Data

Analisis data merupakan tahap akhir dalam sistem pengolahan data yang menjadi inti dari proses penelitian, di mana data mentah yang telah dikumpulkan diolah menggunakan teknik statistik yang sesuai dengan pendekatan penelitian ini yaitu SEM-PLS. Pengolahan ini dilakukan untuk mengidentifikasi pola, hubungan antar variabel, serta menguji hipotesis penelitian secara kuantitatif. Data yang telah dianalisis kemudian diinterpretasikan secara cermat agar memiliki makna yang sesuai dengan konteks penelitian.

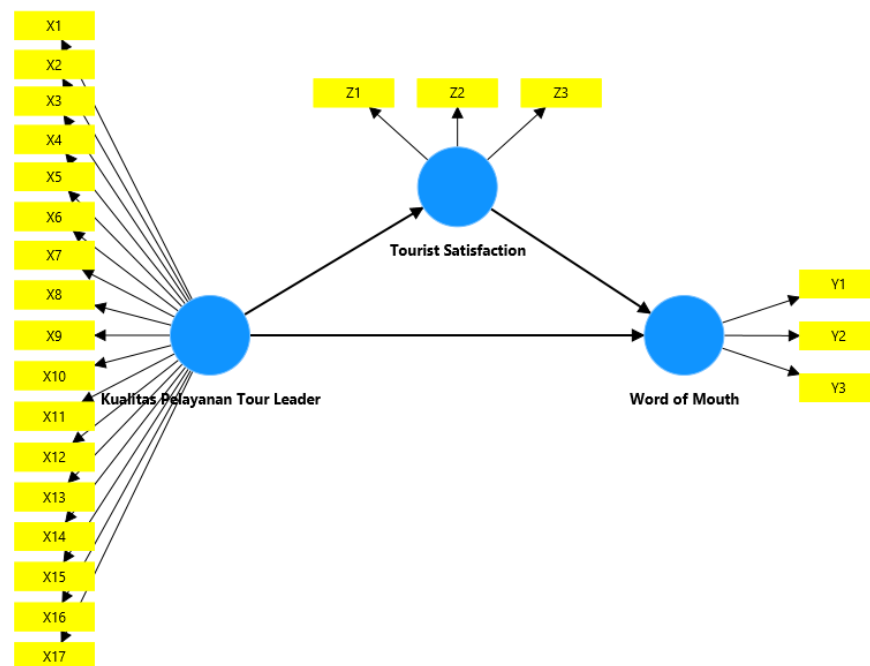
3.12 Partial Least Squares SEM (SEM-PLS)

Structural Equation Modeling atau yang dikenal dengan SEM merupakan teknik analisis multivariat lanjutan yang menggabungkan analisis regresi berganda dan analisis faktor, sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji serangkaian hubungan ketergantungan antar variabel yang saling terkait secara simultan dalam

satu model terpadu. Keunggulan SEM terletak pada kemampuannya mengakomodasi variabel laten (unobservable variables) yang tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat diukur melalui sejumlah indikator yang mewakilinya (Hair et al., 2017). Menurut Smith *et al.*, (2004) menyatakan bahwa SEM memiliki peningkatan dalam menganalisis data dengan dua kelebihan utama, diantaranya:

1. SEM dapat menguji model penelitian yang kompleks secara bersamaan, SEM juga berfungsi untuk menilai model secara bersamaan sehingga lebih cocok dalam menguji hipotesis. SEM membelah model untuk membantu dalam menyimpulkan apakah model sesuai dengan hipotesis yang didukung oleh teori.
2. SEM mampu mengurai faktor-faktor yang tidak bisa diukur secara langsung, sekaligus memperhitungkan kemungkinan kesalahan estimasi yang muncul. Metode ini juga memungkinkan untuk menguji efek mediasi dan menyeimbangkan hubungan antar variabel dalam satu model secara bersamaan.

Dalam metode ini, koefisien determinasi (R^2) menjadi salah satu indikator utama untuk menilai sejauh mana model mampu memprediksi hasil penelitian secara akurat. Model analisis yang dibangun dalam PLS-SEM divisualisasikan dalam bentuk diagram jalur (path diagram) yang menggambarkan hipotesis serta hubungan antar variabel yang digunakan dalam proses estimasi. Dalam tampilan visual SmartPLS, konstruk atau variabel laten digambarkan dalam bentuk lingkaran atau oval, sementara indikator dari masing-masing konstruk digambarkan dalam bentuk persegi panjang. Hubungan antara konstruk dengan indikator (outer model) maupun antar konstruk (inner model) divisualisasikan melalui panah yang menunjukkan arah pengaruh. Berikut ini pada gambar 3.3 merupakan gambaran model penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 3.4 Model Penelitian

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Analisis SEM-PLS terdiri dari model pengukuran (measurement model) atau outer model dan model struktural (structural model) atau inner model (Ghozali dan Latan, dalam Septian, 2024). Kedua model SEM-PLS tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

3.12.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model dalam SEM-PLS, atau model pengukuran, mendefinisikan hubungan antara konstruk (variabel laten) dan indikator-indikator yang mengukurnya. Menurut Ghozali (dalam Septian, 2024), outer model adalah komponen dalam model yang menjelaskan keterkaitan indikator dengan variabel laten dan merepresentasikan bagaimana variabel terukur dapat mewakili konstruk. Evaluasi outer model dilakukan sebelum masuk ke model struktural untuk memastikan validitas dan reliabilitas pengukuran. Ghozali (dalam Septian, 2024) menegaskan bahwa outer model digunakan untuk menguji kekuatan hubungan antara indikator dengan variabel latennya, dan model tidak dapat dianalisis lebih lanjut jika belum memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu, outer

model menjadi dasar penting sebelum melanjutkan ke tahap analisis struktural atau inner model.

1. Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Uji validitas dilakukan melalui *convergent validity*, yaitu dengan melihat nilai *loading factor*. Menurut Hair *et al.*, (dalam Septian, 2024) validitas konvergen adalah bagaimana konstruk konvergen menjelaskan varian itemnya dengan baik. Nilai validitas dapat dilihat dari loading factor (outer loadings) dan *Average Variance Extrancted* (AVE). Wynne W. Chin, (1998) menyatakan bahwa dengan rule of thumb, nilai loading factor $>0,60$. Selain dilihat dari outer loading, validitas konvergen dapat dilihat dari nilai AVE, indikator dinyatakan valid jika $AVE \geq 0,50$ (Wynne W. Chin, 1998) dengan data yang dikumpulkan dari sampel pelanggan yang telah menggunakan jasa Ngetour Travel Organizer.

2. Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lain dalam model. Pengujian ini penting agar indikator tidak secara tidak sengaja mengukur konstruk yang tidak sesuai. Metode yang digunakan antara lain adalah *Fornell-Larcker Criterion*, di mana akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (Hair *et. al.*, (dalam Septian, 2024)

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi internal indikator dalam konstruk laten. Uji ini dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* mengasumsikan bobot indikator sama, sedangkan *Composite Reliability* memperhitungkan bobot aktual masing-masing indikator, sehingga *Composite Reliability* dianggap lebih akurat. Nilai reliabilitas yang disarankan adalah $\geq 0,600$ (Latan & Ramli, 2013).

3.12.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural (inner model) bertujuan untuk melihat nilai koefisien determinasi atau *R-Square* (R^2), nilai *Q-Square* (Q^2), kriteria *Goodness of*

Utari Savsha Citra Ayu Sinaga, 2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER TERHADAP WORD OF MOUTH (WOM)
MELALUI TOURIST SATISFACTION PADA NGETOUR TRAVEL ORGANIZER

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

Fit Model (GoF), dan untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak yang dilihat dari nilai signifikansi melalui path Coefficient (dijelaskan dalam hasil hipotesis). Hasil analisis ini menggunakan software *Partial Least Square* (PLS) yaitu SmartPLS 4.1.0.3.

1. Uji R-Square (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen dipengaruhi oleh variabel eksogen dalam model. Kriteria nilai R^2 menurut Ghazali dan Latan (Purbaya, 2024) terdiri dari tiga klasifikasi yaitu R^2 0.67 (Substansial), R^2 0.33 (Sedang/Moderat), R^2 0.19 (Lemah). Pengujian ini digunakan sebagai langkah untuk melihat seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

2. Uji Q-Square (Q^2 Predictive Relevance)

Pengujian *predictive relevance* atau *Q-Square* (Q^2) digunakan untuk menguji kemampuan prediktif model terhadap konstruk endogen, yang dihitung melalui prosedur blindfolding.

$$Q^2 = 1 - \left(\frac{SSE}{SSO} \right)$$

Gambar 3.5 Rumus Uji Q-Square

Suatu model penelitian dianggap dapat memenuhi kriteria *Q-square* disaat model tersebut mempunyai nilai *Predictive Relevance* yang baik, dengan syarat yang harus terpenuhi yaitu nilai *Q-Square* lebih dari nol ($Q-Square > 0$). Pengukurannya dilakukan dengan *blindfolding* untuk mengukur seberapa baik model yang dapat diprediksi dengan melihat hasil nilai *Q-Square*

3. Estimasi Path Coefficient

Hubungan antara variabel dan dimensi yang membentuknya akan dipaparkan dalam model SEM-PLS, model tersebut dikenal sebagai diagram jalur. Diagram jalur (*path coefficient*) memiliki standar nilai diantara -1 dan +1.

Jika koefisien jalur mendekati nilai +1 berarti koefisien memiliki hubungan positif, sebaliknya jika koefisien jalur mendekati -1 berarti hubungan koefisien secara statistik signifikan. Semakin koefisien jalur mendekati nilai 0, hubungan koefisien lemah, (Hair et al., (2017) menyatakan nilai koefisien yang rendah disebut tidak signifikan, namun tidak signifikan bukan berarti sama dengan 0, hal ini berbeda dari 0 dalam populasi.

4. Uji Goodness of Fit (GoF)

GoF merupakan ukuran keseluruhan yang menggambarkan kecocokan model secara umum, pengujian GoF menunjukkan bagaimana hasil data dapat menilai model struktural dan pengukuran, juga pengukuran yang sederhana dari keseluruhan prediksi model (Latan & Ramli, 2013) Rumus yang akan digunakan untuk uji kriteria ini adalah sebagai berikut:

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

Dimana *AVE* adalah rata-rata *variance extracted* dan R^2 adalah nilai rata-rata dari *R-Square*. Menurut Ghazali (2018) penilaian indeks GoF dapat dibagi menjadi tiga kategori, jika nilai GoF sebesar 0,100 berarti menunjukkan GoF kecil, 0,250 sedang, dan $\geq 0,360$ dianggap tinggi. Uji ini digunakan untuk menilai kualitas model secara keseluruhan dengan menggabungkan aspek validitas dan kemampuan prediktif.

5. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Uji hipotesis memiliki tujuan untuk mengevaluasi pengaruh langsung antar satu variabel bebas terhadap variabel lainnya yang dimana melibatkan nilai signifikansi yang didapat dengan adanya uji hipotesis. Dalam proses *bootstrapping* hasil dapat dilihat dari nilai (*t-statistics*) dan nilai *p* (*p-value*), berikut ini adalah kriteria yang digunakan dalam mengukur uji hipotesis:

1. *T-Statistic*

Pada penelitian ini, nilai *t-statistics* digunakan sebagai acuan untuk untuk mengetahui apakah hubungan antar konstruk dalam model memiliki signifikansi statistik. Menurut Ghazali (Sya'roni, 2024) apabila nilai (*t*-

statistics) > dari 1,96 dan nilai (*p-value*) < 0,05 maka hipotesis dapat dinyatakan signifikan. Sebaliknya, jika (*t-statistics*) < 1,96 dan nilai (*p-value*) > 0,05 maka hipotesis dianggap tidak signifikan.

2. Nilai Probabilitas (*P-Value*)

a) Jika nilai *P-Value* < 0,05, maka signifikan.

b) Jika nilai *P-Value* > 0,05, maka tidak signifikan.

Teknik bootstrapping dilakukan dengan mengambil sampel ulang sebanyak 5.000 kali untuk memperoleh nilai *t-statistic* dan *p-value*. Uji ini digunakan untuk membuktikan hipotesis secara empiris dan menentukan apakah hubungan antar variabel dalam model SEM memiliki kekuatan yang dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

6. Uji Mediasi

Uji mediasi ini dilakukan untuk menjelaskan apakah kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction (Z)*) berperan sebagai pemediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan *Tour leader (X)* terhadap *Word of Mouth Intention (Y)*. Proses analisisnya mencakup penilaian *t-statistics* dari hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tanpa kehadiran variabel mediasi (Z). Lalu, *t-statistics* akan mengevaluasi peran variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dengan kehadiran variabel mediasi (Z). Kriteria yang digunakan dalam menentukan apakah efek mediasi dari variabel Z tersebut signifikan atau tidak, diukur sebagai berikut:

Gambar 3.6 Uji Mediasi

X-Y (direct effect)	X-Z-Y (indirect effect)	Keterangan
Tidak Signifikan	Signifikan	Full Mediation
Signifikan	Signifikan	Partial Mediation
Signifikan	Tidak Signifikan	No Mediation
Tidak Signifikan	Tidak Signifikan	

Sumber: Sya'roni (2024)

Pengujian dilakukan dengan melihat *indirect effect* melalui bootstrapping. Jika *indirect effect* signifikan dan *direct effect* tidak signifikan, maka mediasi bersifat penuh (*full mediation*), jika keduanya signifikan, maka mediasi bersifat parsial (*partial mediation*) dan jika *indirect effect* tidak signifikan, maka tidak terjadi mediasi (*no mediation*). Hasil uji ini berguna untuk memperdalam pemahaman tentang mekanisme psikologis yang mendasari pengaruh antar variabel.