

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini membatasi hanya dilakukan untuk wisatawan domestik Kota Bandung sehingga lokasi penelitian ini berada di sejumlah kawasan di Kota Bandung. Secara geografis Kota Bandung terletak di Provinsi Jawa Barat, berada diantara 6°54' LU dan 107°36' BT. Dengan posisi geografis seperti itu, maka posisi Kota Bandung sangatlah strategis baik dari sisi komunikasi, perekonomian maupun keamanan karena Kota Bandung tepat berada dalam poros jalan raya nasional (perhubungan) dan poros jalan raya ekonomi (Utara - Selatan untuk komoditas agro dan Barat - Timur untuk komoditas barang dan jasa).

Daerah yang akan menjadi lokasi penelitian adalah daerah-daerah yang ramai akan wisatawan dan hotel yang menjadi sasaran pengguna situs *online hotel review* TripAdvisor, terutama di sekitar hotel-hotel berbintang dua sampai hotel berbintang lima di seputar wilayah Riau, Dago, Cihampelas, Asia-Afrika, Braga, dan daerah lainnya. Lokasi tersebut merupakan tempat penyebaran kuisisioner (angket) kepada wisatawan domestik kota Bandung yang merupakan responden dari penelitian ini.

#### **3.2 Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya, artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) dan analisisnya menggunakan statistik, dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Sugiyono (2011, hlm. 7) memberikan pendapat mengenai metode deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil

penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Dan sebelum masuk ke metode kuantitatif, dalam penelitian ini digunakan pula metode verifikatif yang arti pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh pemanfaatan *online hotel review* TripAdvisor terhadap keputusan pembelian kamar hotel. Sementara, metode kuantitatif menurut Sugiyono (2011, hlm. 7) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk analisis data yang bersifat kuantitatif juga, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah unsur dari objek yang diteliti, yang merupakan objek melekat pada objek penelitian tersebut. Variabel penelitian merupakan kondisi-kondisi yang oleh peneliti dimanipulasikan, dikontrol, atau diobservasi dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2011, hlm. 38).

Berdasarkan objek penelitian yang telah dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Variabel bebas (*Independent Value*)

Menurut Sugiyono (2011, hlm. 61) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemanfaatan situs TripAdvisor (variabel X).

#### 2. Variabel terikat (*Dependent Value*)

Manurut Sugiyono juga (2011, hlm. 61) variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan

pembelian kamar hotel (variabel Y). Berikut kajian operasionalisasi variabel yang akan dijadikan panduan dalam penyusunan kuisisioner :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Konsep Teori	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<p>Keuntungan penggunaan (<i>benefits of use</i>), biaya penggunaan (<i>costs of use</i>), dorongan dan adaptasi dalam penggunaan (<i>incentives on use and adaption</i>) dapat menjadi pertimbangan seseorang yang berniat untuk menggunakan <i>social media</i> sebagai bahan referensi kegiatan pembelian mereka</p> <p>*Wang dan Fesenmeier (dalam Parra-Lopez dkk, 2011, hlm. 640)</p>	<p><b>Pemanfaatan <i>social media/ online review</i> (Situs TripAdvisor) [X]</b></p>	<p>• <i>Benefits of Use</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesesuaian persepsi pengguna, isi <i>review</i> dengan kenyataan yang ada</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kepuasan pengguna dalam memanfaatkan situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kenyamanan pengguna dalam memanfaatkan situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kepercayaan pengguna terhadap <i>review</i> atau orang yang telah membuat isi <i>review</i></li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesetiaan pengguna memanfaatkan situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketergantungan pengguna terhadap situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
		<p>• <i>Costs of Use</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketersediaan pengguna menyediakan biaya untuk mengakses situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketersediaan pengguna meluangkan waktu untuk mengakses situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
		<p>• <i>Incentives on Use and Adaption</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat frekuensi pengguna melihat situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemahaman pengguna terhadap isi <i>review</i> hotel di situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat besarnya pengguna dapat terpengaruh dengan isi <i>review</i> situs TrpAdvisor</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan pengguna mempercayai isi <i>review</i> dan menjadikannya sebagai dasar pembuatan keputusan</li> </ul>	ordinal

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan pengguna merekomendasikan isi <i>review</i> kepada orang lain</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan pengguna menceritakan pengalamannya melalui situs TripAdvisor</li> </ul>	ordinal
<p>Dalam keputusan pembelian terdapat beberapa poin pertimbangan yaitu mengenai pilihan produk (<i>product choice</i>), pilihan merek (<i>brand choice</i>), pilihan penyalur atau pedagang (<i>dealer choice</i>), jumlah pembelian (<i>purchase amount</i>), waktu pembelian (<i>purchase timing</i>), metode pembayaran (<i>payment method</i>).</p> <p>*Kotler dan Keller (2012, hlm. 161)</p>	<p><b>Keputusan Pembelian [Y]</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Product Choice</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keragaman hotel yang tersedia di kota Bandung</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketersediaan fasilitas hotel di kota Bandung</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesesuaian lokasi hotel dengan kebutuhan konsumen</li> </ul>	ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Brand Choice</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemenarikan konsep hotel di kota Bandung</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kepercayaan terhadap kualitas berdasarkan merek hotel</li> </ul>	ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Dealer Choice</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kecenderungan melakukan pembelian <i>online</i></li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kecenderungan melakukan pembelian langsung</li> </ul>	ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Purchase Amount</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketersediaan konsumen memanfaatkan fasilitas yang ada di hotel</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keinginan memesan kamar lebih dari satu malam di hotel yang sama</li> </ul>	ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Purchase Timing</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat waktu luang yang dimiliki wisatawan dalam memanfaatkan fasilitas yang ada di hotel</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keinginan memilih waktu jauh-jauh hari dalam pemesanan kamar hotel</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat keinginan memilih waktu dekat dalam pemesanan kamar hotel</li> </ul>	ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Payment Method</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan <i>booking</i> kamar hotel secara online</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan <i>booking</i> kamar hotel secara langsung</li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan cara pembayaran kamar hotel secara <i>online</i></li> </ul>	ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan cara pembayaran hotel secara langsung</li> </ul>	ordinal

Sumber: Hasil olahan peneliti (2014)

Penyusunan indikator-indikator pada operasionalisasi variabel di atas dengan menggunakan indikator yang digunakan Parra-Lopez dkk pada jurnalnya mengenai pemanfaatan *social media* dalam merencanakan perjalanan wisatanya yang menurut peneliti cocok dengan objek penelitian ini. Indikator-indikator tersebut kemudian dimodifikasi dan disesuaikan menurut kebutuhan pertanyaan yang bisa penulis ajukan sesuai dengan judul penelitian ini.

### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Masalah paling dasar dari persoalan penelitian adalah menentukan populasi data. Secara umum, populasi bisa didefinisikan sebagai sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena. Sebenarnya, definisi populasi lebih tergantung dari kegunaan dan relevansi data yang dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2011, hlm. 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berkaitan dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh wisatawan domestik yang berkunjung ke kota Bandung, dan menggunakan TripAdvisor sebagai panduannya.

#### **3.3.2 Sampel**

Dalam kegiatan penelitian ada kalanya populasi terlampau luas, oleh karena itu peneliti harus dapat mempertimbangkan sampel yang akan diambil. Teknik pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang *presentative* dan mewakili maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2011, hlm. 81) yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan

diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar mewakili. Menurut Arikunto (2006, hlm. 109) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Berkaitan dengan pengertian tersebut sampel dalam penelitian ini adalah sebagian wisatawan domestik yang sedang berkunjung ke Kota Bandung dan pernah menggunakan situs TripAdvisor. Penelitian ini dalam menentukan jumlah sampelnya ( $n$ ), digunakan teknik Slovin dengan rumus:

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

Dimana:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = kesalahan sampel yang dapat ditolelir

Berkaitan dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah berdasar pada wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung selama tahun 2012 dan dapat dilihat pada gambar 1.1 yaitu sebanyak 3.354.857 jiwa. Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \frac{3.354.857}{1 + 3.354.857 (0,1)^2} \\ &= \frac{3.354.857}{1 + 33548,57} \\ &= \frac{3.354.857}{335485,7} \\ &= 99,99 \rightarrow 100 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah sampel ( $n$ ) minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan domestik Kota Bandung yang pernah menggunakan TripAdvisor.

### 3.3.3 Teknik Sampel

Dalam menggunakan teknik sampling peneliti mengacu pada teori Sugiyono (2011, hlm. 81) bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dengan menggunakan *nonprobability sampling* dimana teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penulis menggunakan *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan penulis yang kemudian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2011, hlm. 85). Teknik sampling tersebut digunakan peneliti karena tidak semua unsur populasi bersifat heterogen, terlebih agar penelitian ini bisa mendapatkan objek yang sesuai yaitu wisatawan domestik Kota Bandung yang pernah menggunakan TripAdvisor dalam menentukan keputusan pembelian kamar hotel yang kemudian dipilih oleh objek tersebut.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2009, hlm. 137). Dalam penelitian ini peneliti mengambil data penelitian penilaian wisatawan. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan metode kuisisioner untuk mengetahui tanggapan wisatawan domestik terhadap pengaruh penggunaan *online hotel review* terhadap keputusan pembeliannya di kota Bandung.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan

cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009, hlm. 137).

Agar lebih jelas lagi berikut tabel yang menjelaskan tentang jenis dan sumber data sekunder yang didapatkan penulis selama proses penyusunan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No.	Jenis Data	Sumber Data
1.	Perkembangan kunjungan wisatawan domestik Kota Bandung	Badan Pusat Statistik Kota Bandung
2.	Perkembangan jumlah penginapan/hotel di Kota Bandung	Badan Pusat Statistik Kota Bandung
4.	Gambar <i>Indonesian Internet Users Survey</i>	Marketers Magazine
5.	Pencarian Situs 10 teratas dengan <i>keyword</i> : Bandung hotel	Google.com
6.	Pencarian Situs 10 teratas dengan <i>keyword</i> : Bandung hotel <i>review</i>	Google.com
7.	Persepsi Wisatawan Domestik di Kota Bandung mengenai Pemanfaatan Situs TripAdvisor	Kuisisioner/ Angket Wisatawan Domestik Kota Bandung
8.	Persepsi Wisatawan Domestik di Kota Bandung mengenai Keputusan Pembelian Kamar Hotel	Kuisisioner/ Angket Wisatawan Domestik Kota Bandung

*Sumber: Hasil olahan peneliti (2014)*

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Survei

Metode survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuisisioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Apa yang digali dari kuisisioner itu cenderung informasi umum tentang fakta atau opini yang diberikan oleh responden. Karena informasi bersifat umum dan (cenderung) dangkal maka



diperlukan responden dalam jumlah cukup agar "pola" yang menggambarkan objek yang diteliti dapat dijelaskan dengan baik.

## 2. Studi Litelature

Selain teknik-teknik diatas dalam mengumpulkan data, penulis juga mencari materi yang penulis gunakan dari berbagai sumber buku yang berkaitan dengan semua hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 3. E-Literature

Teknik ini dilakukan penulis dengan mengumpulkan data terkait dari internet.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah angket (kuisisioner) yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011, hlm. 142 ). Angket/ kuisisioner ini akan disebar melalui teknik survei kepada 100 orang *online travel consumer* domestik di kota Bandung. Penulis juga akan membuat akun TripAdvisor untuk mendapatkan *e-mail* para travel jurnalis yang nantinya akan digunakan untuk mengirimkan kuisisioner *online* agar diisi juga oleh beberapa sampel *travel blogger* khusus mengenai kunjungannya ke hotel yang ada di kota Bandung.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup yang merupakan model pertanyaan yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Cara pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden diberi kuisisioner,
2. Ketika responden mengisi kuisisioner peneliti menunggu dan memberikan penjelasan apabila terdapat pertanyaan yang masih belum dimengerti oleh responden,
3. Setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

### 3.6.1 Pendekatan Skala Likert

Menurut Sugiyono (2010, hlm 93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/ sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menyusun setiap item instrumen dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata, serta setiap jawaban diberi bobot sesuai dengan urutannya.

Data mentah yang terkumpul dari kuisioner diolah agar memperoleh makna yang berguna. Setiap variabel yang dinilai diklasifikasikan ke dalam lima kriteria skor. Digunakan skala pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang dengan skala Likert untuk kedua variabel. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif atau sebaliknya.

Skor pernyataannya yaitu :

- a. 1 untuk sangat tidak setuju (STS),
- b. 2 untuk tidak setuju (TS),
- c. 3 untuk cukup setuju (CS)
- d. 4 untuk setuju (S),
- e. 5 untuk sangat setuju (SS).

Selain itu instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Dalam penelitian ini digunakan tabel dengan bentuk *checklist*.

Setelah mendapatkan data hasil kuisioner atau angket dari responden berdasarkan sampel penelitian maka dilakukanlah tahap selanjutnya yaitu memeriksa kembali kelengkapan jawaban angket responden yang sudah terkumpul, menerjemahkan hasil pernyataan responden ke dalam skor yang telah ditentukan, kemudian selanjutnya data tersebut digunakan sebagai bahan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Selain itu karena hasil data skala Likert

adalah data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi membutuhkan data interval. Maka perlu mengkonversikan terlebih dahulu data yang didapat. Dalam penelitian ini alat untuk mengkonversikan data ordinal menjadi interval adalah *Method of Successive Interval* (MSI).

### 3.6.2. *Method of Successive Interval* (MSI)

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2008, hlm. 30) mentransformasikan data interval bertujuan untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik, di mana data setidaknya berskala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana adalah dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). MSI merupakan metode yang digunakan untuk mentransformasikan data dari ordinal menjadi interval dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebarakan.
2. Pada setiap butir, ditentukan jumlah orang yang mendapat skor 1,2,3,4, dan 5 yang disebut dengan frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan per kolom skor.
5. Gunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel tinggi densitas).
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$NS = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

8. Tentukan nilai transformasi dengan rumus :

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value}_{\text{minimum}} + I$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

*Sumber : Riduwan dan Kuncoro (2008, hlm. 30)*

Untuk mengubah data skala ordinal menjadi skala interval digunakan aplikasi komputer *Microsoft Excel*. Berikut merupakan langkah-langkah untuk mentransformasikan data ordinal menjadi interval melalui *Microsoft Excel*, yaitu:

1. Input data skor jawaban yang diperoleh pada lembar kerja (*worksheet Excel*).
2. Klik “*Analyze*” pada *menu bar*
3. Klik “*Successive Interval*” pada *menu Analyze*, hingga muncul kotak dialog “*Method of Successive Interval*”
4. Klik “*Drop Down*” untuk mengisi *Data Range* pada kotak dialog input, selanjutnya blok skor yang akan diubah skalanya
5. *Checklist (v) Input Label in Fairst now* dalam kotak dialog tersebut
6. Pada “*Option min value*” isikan/pilihan 1 dan *Max value* ganti dengan skor tertinggi dalam angket/ kuisisioner
7. Pada *output*, tentukan *Cell Output*, hasilnya akan ditempatkan di sel selanjutnya, lalu klik “*Ok*”.

### 3.6.3. Garis Kontinum

Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, frekuensi jawaban setiap pilihan jawaban yang sudah dijumlahkan kemudian akan dimasukkan dan diklasifikasikan ke dalam garis kontinum. Sebelum itu ditentukan dahulu jenjang intervalnya dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005, hlm. 79) sebagai berikut:

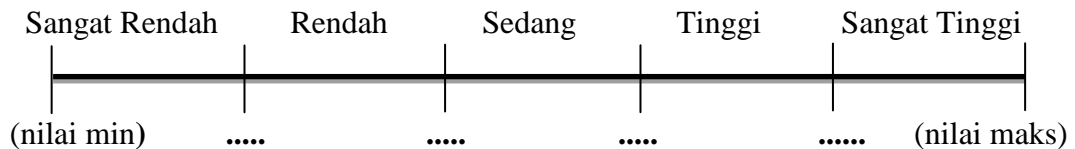
$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Dimana NJI adalah interval untuk menentukan lima kategori yang dalam penelitian ini dimulai dengan tingkat sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi dari variabel-variabel yang ada.

Pengukuran garis kontinum ditentukan dengan cara berikut ini :

1. Nilai Indeks Maksimum = Skor tertinggi x Jumlah pertanyaan x Jumlah responden
2. Nilai Indeks Minimum = Skor terendah x Jumlah pertanyaan x Jumlah responden
3. Jarak Interval = 
$$\frac{\text{Nilai Indeks Maksimum} - \text{Nilai Indeks Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Sehingga garis kontinum yang akan terbentuk menurut teori Sudjana yaitu seperti Gambar 3.1 :



**Gambar 3.1**  
**Contoh Garis Kontinum**

### 3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Untuk mendapatkan data yang benar maka diperlukan instrumen penelitian yang benar juga, sehingga dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menghasilkan instrumen penelitian yang benar. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2009, hlm. 125) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Jika  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$  maka dinyatakan valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sujarweni, V.W. dan Endrayanto, P., 2011) :

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

Keterangan:

$r$ = koefisien korelasi butir/item	$(\sum x)^2$ = kuadrat jumlah skor x
$n$ = jumlah subjek/ responden	$\sum y$ = jumlah skor y
$\sum x$ = jumlah skor x	$(\sum x)^2$ = kuadrat jumlah skor y
	$\sum xy$ = jumlah hasil skor x dan y

Nilai  $r$  kemudian dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{kritis}$ ). Bila  $r_{hitung}$  dari rumus di atas lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir tersebut valid dan sebaliknya.

Keputusan pengujian validitas instrumen adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maupun nilai probabilitas statistik  $<$  (level of significant 5 % = 0,05) maka instrumen dikatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maupun nilai probabilitas statistik  $>$  (level of significant 5 % = 0,05) maka instrumen dikatakan tidak valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Susan Stainback dalam (Sugiyono, 2012, hlm 456) menyatakan bahwa *“reliability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (e.g. interrater reliability), by the same researcher at different times (e.g. test retest), or by splitting a data set in two parts (split-half”* Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data suatu temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid.

Dalam penelitian ini peneliti mencari reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. Digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal uraian. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Keputusan uji reliabilitas ditentukan bila nilai Croanbach's Alpha lebih e konstanta (0,60) maka pernyataan reliabel atau  $\alpha > 0,60$ .

Rumus Alpha Combach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = reliabilitas instrumen yang dicari  
 $k$  = jumlah item pertanyaan yang di uji  
 $\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians skor tiap-tiap item  
 $\sigma_1^2$  = varians total

### 3.7.3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam menguji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian ini penulis menggunakan bantuan *Microsoft Excel*, dengan kriteria penolakan yaitu jika koefisien validitas  $> 0,361$  maka instrumen penelitian valid, dan jika koefisien reliabilitas  $> 0,60$  maka instrumen penelitian reliabel.

Instrumen penelitian ini dibagikan kepada 30 responden dengan 30 item pernyataan yang terdiri dari 14 pernyataan untuk variabel X (Pemanfaatan Situs TripAdvisor) dan 16 pernyataan untuk variabel Y (Keputusan Pembelian Kamar Hotel). Berikut merupakan tabel hasil perhitungan skor instrumen yang kemudian dikelompokkan menurut valid atau tidaknya, reliabel atau tidaknya pernyataan-pernyataan tersebut.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel**  
**Pemanfaatan Situs TripAdvisor**

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	Titik kritis	Keterangan	Koefisien reliabilitas	Titik kritis	Keterangan
<b>Pemanfaatan Situs TripAdvisor</b>	1	0,760	0,361	Valid	0,943	0,60	Reliabel
	2	0,883	0,361	Valid			
	3	0,932	0,361	Valid			
	4	0,811	0,361	Valid			
	5	0,814	0,361	Valid			
	6	0,655	0,361	Valid			
	7	0,592	0,361	Valid			
	8	0,719	0,361	Valid			
	9	0,764	0,361	Valid			
	10	0,798	0,361	Valid			
	11	0,837	0,361	Valid			
	12	0,792	0,361	Valid			
	13	0,828	0,361	Valid			
	14	0,758	0,361	Valid			

*Sumber : Hasil pengolahan data oleh penulis dengan Microsoft Excel (2014)*

Berdasarkan tabel 3.3 bahwa dari 14 pernyataan dinyatakan valid. Dimana 14 pernyataan tersebut memenuhi persyaratan dengan nilai koefisien validitas lebih dari 0,361. Selain itu, melihat nilai koefisien reliabilitas variabel ini adalah 0,943 atau lebih dari titik kritis 0,60 maka dapat dibilang memenuhi syarat dan termasuk reliabel.



**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel**  
**Keputusan Pembelian Kamar Hotel**

Variabel	No. Item	Koefisien Validitas	Titik kritis	Keterangan	Koefisien reliabilitas	Titik kritis	Keterangan
<b>Keputusan Pembelian Kamar Hotel</b>	1	0,704	0,361	Valid	0,674	0,60	Reliabel
	2	0,716	0,361	Valid			
	3	0,809	0,361	Valid			
	4	0,852	0,361	Valid			
	5	0,785	0,361	Valid			
	6	0,476	0,361	Valid			
	7	0,653	0,361	Valid			
	8	0,623	0,361	Valid			
	9	0,437	0,361	Valid			
	10	0,449	0,361	Valid			
	11	0,425	0,361	Valid			
	12	0,483	0,361	Valid			
	13	0,424	0,361	Valid			
	14	0,569	0,361	Valid			
	15	0,498	0,361	Valid			
	16	0,595	0,361	Valid			

*Sumber : Hasil pengolahan data oleh penulis dengan Microsoft Excel (2014)*

Berdasarkan tabel 3.4 diatas semua pernyataan yaitu sebanyak 16 pernyataan dalam variabel ini nilai koefisien validitas nya lebih dari 0,361 dan dinyatakan valid semua. Begitu pula dengan nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,674 melebihi nilai titik kritis 0,60 maka dinyatakan pula reliabel.

### 3.8 Rancangan Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis data dengan metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti, media/alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner/angket yang telah disusun berdasarkan variabel yang didalamnya terdapat data penelitian. Kuisisioner yang disusun memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh pemanfaatan situs TripAdvisor terhadap keputusan pembelian kamar hotel oleh wisatawan domestik.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan dan menjawab rumusan masalah pertama dan kedua dari variabel-variabel penelitian yang dibahas, antara lain:

1. Analisis deskriptif tentang pemanfaatan situs TripAdvisor.
2. Analisis deskriptif tentang keputusan pembelian kamar hotel wisatawan domestik ke kota Bandung sebagai destinasi wisata.

#### 3.8.2 Uji Asumsi Dasar

Uji asumsi dasar adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Uji asumsi pada regresi linear sederhana yaitu asumsi linearitas dan asumsi normalitas (Nurd, 2013). Teknik analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

##### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk menentukan apakah sampel data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Untuk itu penulis melakukan uji normalitas kedua variabel tersebut dengan menggunakan bantuan *software SPSS statistics 20 for Window*.

Uji *Kolmogorov-Smirnov* berdasar pada kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas  $>0,05$  maka distribusi normal
- b. Jika nilai probabilitas  $<0,05$  maka distribusi tidak normal

Berikut ini merupakan tabel yang menjelaskan hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan *SPSS Statistics 20*, yaitu :

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	7,44076496
	Absolute	,077
Most Extreme Differences	Positive	,062
	Negative	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		,765
Asymp. Sig. (2-tailed)		,602

\*Test distribution is Normal.

\*Calculated from data.

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti Mei 2014

Sesuai dengan hasil pengolahan SPSS 20 diatas menunjukkan bahwa data yang diolah berdistribusi normal (poin a). Nilai signifikansi yang ditunjukkan sebesar 0,602 yang berarti nilainya lebih besar dari 0,05 sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan menurut uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa persyaratan normalitas bisa dipenuhi.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Untuk itu penulis melakukan uji linearitas untuk kedua variabel tersebut dengan menggunakan *Software SPSS statistics 20 for Window*.

Berikut ini merupakan tabel yang akan menjelaskan hasil uji linearitas dengan menggunakan *SPSS Statistics 20*, yaitu :

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Linearitas**  
**ANOVA Table**

			Sig.
Keputusan Pembelian * Situs Tripadvisor	Between Groups	(Combined) Linearity	,053 ,000
		Deviation from Linearity	,159
	Within Groups		
Total			

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti Mei 2014

Dapat dilihat dalam tabel hasil uji linearitas diatas bahwa nilai *linearity* nya sebesar 0,000 maka dari itu nilai tersebut termasuk kedalam syarat nilai yang linear yaitu sebesar  $< 0,05$ . Dengan begitu dapat dikatakan bahwa variabel X dan variabel Y pada penelitian ini mempunyai hubungan yang signifikan atau linear.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Kegunaan regresi dalam suatu penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan (memprediksi) variabel terikat apabila variabel bebas diketahui. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan analisis regresi untuk menjawab rumusan masalah nomor tiga yaitu mengenai pengaruh pemanfaatan situs Tripadvisor terhadap keputusan pembelian kamar hotel wisatawan di kota Bandung sebagai destinasi wisata. Persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = (baca Y topi) Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel Independen

a = Nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3.8.4 Rancangan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X (pemanfaatan situs TripAdvisor) terhadap variabel Y (keputusan pembelian kamar hotel). Dalam pengujian hipotesis digunakan teknik analisis uji F, analisis uji t dan koefisien determinasi sebagai berikut :

#### 1. Uji F

Untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen (pemanfaatan situs TripAdvisor) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian kamar hotel) secara simultan, maka digunakan uji F. Tujuan dari uji F adalah untuk model kelayakan. Jika hasil uji F tidak signifikan maka tidak bisa dilanjutkan ke tahap uji t. Menurut Sugiyono (2008, hlm. 257) rumus yang dapat digunakan untuk dapat melakukan pengujian ini adalah :

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

Dimana:

$R^2$  = koefisien korelasi berganda

$k$  = jumlah variabel independen

$n$  = jumlah anggota sampel

$Fh = F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$$\alpha = 0.05$$

$F$  didasarkan pada derajat kebebasan sebagai berikut :

- Derajat pembilang ( $df_1$ ) =  $k$
- Derajat penyebut ( $df_2$ ) =  $n-k-1$

Apabila  $H_0$  diterima maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (pemanfaatan situs TripAdvisor) tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen (keputusan pembelian kamar hotel) dan sebaliknya apabila  $H_0$  ditolak maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (pemanfaatan situs TripAdvisor) mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen (keputusan pembelian kamar hotel).

## 2. Uji t

Untuk menguji hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian, seperti dikemukakan oleh Sugiyono (2004, hlm. 215). Adapun perhitungannya yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

t = distribusi *student* dengan derajat kebebasan (dk) = n-2

$r^2$  = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

Kriteria penolakan hipotesisnya adalah:

- Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

## 3. Koefisien Determinasi

Menghitung koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh pada sub-struktural 1 dan sub-struktural 2 secara persentase, cara menghitung koefisien determinasi ini dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Apabila ditentukan korelasi positif antara X dan Y sebesar t maka nilai koefisien determinasinya  $r^2$ . Oleh karena itu, varians yang terjadi pada variabel Y dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel X atau dapat dikatakan bahwa pengaruh X terhadap Y sama dengan  $r^2$  (%) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk mengetahui sejauh mana kegiatan pemanfaatan situs TripAdvisor (X) terhadap keputusan pembelian (Y) maka digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu. Jika nilai koefisien penentu semakin mendekati 100% artinya semakin kuat pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Sedangkan apabila semakin mendekati 0 semakin lemah pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Berikut ini adalah pedoman interpretasi koefisien penentu :

**Tabel 3.7**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Penentu**

<b>Interval koefisien</b>	<b>Tingkat Pengaruh</b>
0% - 19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

*Sumber : Sugiyono 2008*