

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisa tentang bagaimana *Word of Mouth* terhadap keputusan berkunjung. Menurut Sugiyono, (2013:39)“Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Penelitian ini, *Word of Mouth* yang menjadi variabel *independent* memiliki lima dimensi yaitu *talker, topics, tools, taking part, dan tracking*.

Variabel dependen (terikat) menurut Sugiyono, (2013:39) merupakan “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel *dependent* dalam penelitian ini yaitu keputusan berkunjung.

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:71) “Unit analisis adalah sesuatu yang berdasarkan tujuannya yang dijadikan suatu kesatuan karakteristik yang akan diukur”.Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross section method* karena dilakukan dengan jangka waktu yakni kurang dari satu tahun, dalam memperoleh informasi dari sebagian populasi yang dikumpulkan langsung di tempat penelitian secara empirik mengenai objek yang

sedang diteliti. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:34) metode *cross sectional* adalah.

Metode yang mengambil subyek dari berbagai tingkat umur dan karakteristik lain dari waktu yang bersamaan, bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap, cepat, sehingga dapat menggambarkan perkembangan individu selama masa pertumbuhan.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kebun raya bogor.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2012:53) yaitu “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan variabel satu sama lain)”. Adapun pengertian Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2012:54) “Penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda”.

Berdasarkan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut sugiyono (2013:11), yang dimaksudkan dengan metode survei adalah:

Metode survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, dan wawancara terstruktur.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel yang diteliti dalam penelitian ini tergolong kedalam dua variabel utama yaitu variabel *independent* (bebas) adalah *Word of Mouth* yang memiliki lima dimensi yaitu *talker, topics, tools, taking parts, tracking*. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel masing-masing dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No.Item
<i>Word of Mouth (X)</i>	Pemasaran word of mouth digambarkan sebagai seluruh konsumen berbagi pengalaman produk mereka dengan cara lain dari pada pemasaran langsung ke konsumen (Sarnovitz,2012:3)				
<i>Talker</i>	Orang atau kelompok yang membicarakan dengan antusias untuk menyampaikan pesan. Biasanya orang yang mempengaruhi	Informasi dari Sumber informasi mempengaruhi wisatawan untuk memilih KRB	- Tingkat informasi dari perbincangan mengenai KRB di televisi/ radio mempengaruhi wisatawan dalam memilih KRB	Skala Ordinal	III.A.1
			- Tingkat informasi dari keluarga mempengaruhi wisatawan dalam memilih KRB		III.A.2
			- Tingkat informasi dari tetangga mempengaruhi wisatawan dalam memilih KRB		III.A.3
			- Tingkat informasi dari tetangga mempengaruhi wisatawan dalam memilih KRB		III.A.4
			- Tingkat informasi		III.A.5

			<p>dari teman mempengaruhi wisatawan dalam memilih KRB</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat informasi dari travel agent mempengaruhi wisatawan dalam memilih KRB. 		
<i>Topicks</i>	Orang-orang berbicara tentang merek. menemukan topik yang cukup menarik memotivasi pembicara.	Daya tarik yang ada di KRB	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan pemandangan di KRB - Tingkat ketertarikan berkunjung ke KRB di karenakan untuk <i>refreshing</i> - Tingkat ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan adanya mitos di KRB - Tingkat ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan KRB sebagai pusat pelestarian tumbuhan - Tingkat 	Skala Ordinal	<p>III.B.1</p> <p>III.B.2</p> <p>III.B.3</p> <p>III.B.4</p> <p>III.B.5</p>

			ketertarikan berkunjung ke KRB di karenakan KRB sebagai tempat bersejarah.		
<i>Tools</i>	Alat-alat yang membantu pesan bergerak lebih jauh dan lebih cepat	Frekuensi melihat informasi tentang KRB	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat frekuensi melihat informasi tentang KRB di televisi - Tingkat frekuensi melihat artikel tentang KRB di internet (Website KRB) - Tingkat frekuensi melihat informasi tentang KRB di Social Media - Tingkat frekuensi melihat informasi tentang KRB di internet (forum-forum komunitas) - Tingkat frekuensi melihat artikel tentang KRB di media massa (koran 	Skala ordinal	<p>III.C.1</p> <p>III.C.2</p> <p>III.C.3</p> <p>III.C.4</p> <p>III.C.5</p>

			atau majalah)		
<i>Taking Parts</i>	Setelah membuka suatu percakapan mengenai suatu produk tidak ada cara untuk menutupnya lagi. Mereka mulai berbicara tentang ada. Maka diharapkan anda untuk berpartisipasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas karyawan KRB dalam memberikan informasi kepada wisatawan 2. Tanggapan karyawan KRB terhadap wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat intensitas karyawan KRB dalam memberikan informasi kepada wisatawan melalui (website KRB) - Tingkat tanggapan karyawan KRB kepada wisatawan melalui telepon - Tingkat tanggapan karyawan KRB kepada wisatawan ketika menanyakan langsung mengenai KRB 	Skala ordinal	<p>III.D.1</p> <p>III.D.2</p> <p>III.D.3</p>
<i>Tracking</i>	Apa yang dikatakan perusahaan jauh lebih mudah bagi pelanggan	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai KRB dari pihak KRB	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kemudahan mendapatkan informasi mengenai KRB melalui 	Skala ordinal	III.E.1

Pemilihan Merek (nama tempat wisata)		1. Pemilihan berdasarkan kepopuleran	- Tingkat pemilihan berdasarkan kepopuleran KRB	Skala ordinal	IV.B.1
		2. Pemilihan berdasarkan citra	- Tingkat pemilihan berdasarkan citra KRB sebagai Pusat Konservasi Tumbuhan.		IV.B.2
Pemilihan penyalur		1. Lokasi	- Tingkat kestrategisan lokasi KRB	Skala ordinal	IV.C.1
		2. Aksesibilitas	- Tingkat aksesibilitas menjangkau lokasi KRB		IV.C.2
		3. Harga	- Tingkat harga yang ditawarkan oleh KRB		IV.C.3
		4. Kenyamanan	- Tingkat kenyamanan saat melakukan aktivitas di KRB.		IV.C.4
Pemilihan waktu kunjungan		1. Kunjungan saat hari libur nasional	- Tingkat intensitas berkunjung pada saat hari libur	Skala ordinal	IV.D.1
		2. Kunjungan saat hari kerja	- Tingkat intensitas berkunjung pada saat hari kerja		IV.D.2
		3. Kunjungan saat <i>weekend</i>	- Tingkat intensitas berkunjung pada saat <i>weekend</i>		IV.D.3

Jumlah kunjungan		1. Keinginan untuk berkunjung kembali	- Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung ke KRB	Skala ordinal	V.E.1
		2. Intensitas berkunjung ke KRB	- Frekuensi berkunjung ke KRB		V.E.2

Sumber: Modifikasi dari berbagai literatur, 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:72), “Data adalah informasi/keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan suatu fakta”. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu.

1. Data Primer (*Primary Data Source*)

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh pihak pertama. Peneliti dapat mengolah kembali data primer yang diperoleh untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif.

2. Data Sekunder (*Secondary Data Source*)

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui pihak kedua. Biasanya diperoleh melalui badan/instansi yang bergerak dalam proses pengumpulan data, baik itu instansi pemerintah maupun swasta. Berikut jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini seperti yang dijelaskan dalam Tabel 3.2

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis	Sumber Data
----	------	-------	-------------

		Data	
1	Daftar Kebun Raya yang ada di Indonesia	Sekunder	<i>Http://www.bogorbotanicgardens.org</i>
2	Jumlah kunjungan wisnus ke Kebun Raya Bogor	Sekunder	Jasa informasi dan fasilitas, KRB 2014
3	Jumlah kunjungan wisnus kategori individu ke Kebun Raya Bogor	Sekunder	Jasa informasi dan fasilitas, KRB 2014
4	Karakteristik Responden	Primer	Wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor
5	Tanggapan wisatawan nusantara mengenai gambaran <i>Word of Mouth</i>	Primer	Wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor
6	Tanggapan wisatawan nusantara mengenai keputusan berkunjung	Primer	Wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor
7	Tanggapan wisatawan nusantara mengenai <i>word of mouth</i> terhadap keputusan berkunjung	Primer	Wisatawan nusantara individu yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:49) populasi diartikan sebagai “Wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan beberapa pengertian populasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan atau totalitas objek

GENI SOPA RISTINA, 2014

PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA DI KEBUN RAYA BOGOR

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

psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karakteristik yang mempengaruhi, dan anggota populasinya yakni wisatawan nusantara individu ke Kebun Raya Bogor. Jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2013 sebanyak 385.706.

3.2.4.2 Sampel

Salah satu bagian dalam desain penelitian adalah menentukan populasi dan sampel penelitian. Dimana penelitian pada umumnya dilakukan dengan tidak menggunakan keseluruhan dari populasi yang ada. Adanya keterbatasan biaya, serta waktu yang tersedia menjadi penyebab mengapa penelitian hanya mengambil sebagian dari populasi yang ada. Sebagian populasi itulah yang disebut dengan sampel. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:124), “Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel”.

Penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan keseluruhan populasi untuk diteliti, hal ini disebabkan oleh adanya faktor waktu, biaya, tenaga, dan perijinan. Untuk itu penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang akan diteliti (representatif). Seperti yang dijelaskan oleh Nyoman (2012:38), “Besarnya populasi mempengaruhi representatif sample, karena semakin besar jumlah sample semakin besar peluang sample mengikuti ciri-ciri dan distribusi populasinya”.

Sedarmayanti dan Hidayat (2011:143), mengemukakan untuk menentukan ukuran sampel dapat ditentukan dengan menggunakan teknik slovin berikut.

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

Keterangan : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai presisi = 10% = 0.1

Adapun perhitungan jumlah yang dipergunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

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

$$n = \frac{385.706}{1 + 385.706 \times 0.1^2}$$

$$= 99.99 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin dan tingkat signifikansi sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dihasilkan sebanyak 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2013:81). Lebih lanjut Sugiyono menjelaskan bahwa teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* yang meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *area (cluster) sampling* (sampling menurut daerah), serta teknik sampling *non-probability* yang meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling incidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan salah satu teknik sampel dari *Probability Sampling*, dimana teknik pengambilan sampel memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013:84). Sehingga untuk mendapatkan sampel representatif, penelitian ini menggunakan *systematic random sampling*. *Systematic random sampling* adalah cara pengambilan sampel, dimana hanya unsur pertama yang dipilih secara random, sedang unsur-unsur berikutnya dipilih secara sistematis menurut suatu pola tertentu. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam menggunakan teknik sampling sistematis.

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi sasaran populasi yakni wisatawan yang berkunjung ke Kebun raya bogor pada Tahun 2013.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Kebun raya bogor.

3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 10.00-15.00
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint* di Kebun raya bogor. Sampel minimal sebesar 100 orang responden pada wisatawan nusantara yang berkunjung Ke Kebun raya bogor. Orientasi ini akan dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar banyaknya wisatawan. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan dari bilangan tertentu. Pada penelitian ini yang diambil sebagai sampel bilangan ganjil adalah 1, 3, 5, dan seterusnya.
5. Tentukan ukuran sampel (n) pengunjung yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari kuesioner yang harus diberikan sebanyak $(100 \text{ responden}/4 \text{ hari}) = 25 \text{ responden}$ dalam satu hari.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam merekam data penelitian. Penentuan teknik pengumpulan data harus relevan dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data (Sedarmayanti dan Hidayat 2011:212). Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, angket/kuesioner serta studi literatur. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh data dan informasi dari narasumber secara lisan. Proses wawancara dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung dengan narasumber yakni pihak Kebun raya bogor. Adapun tujuan dari dilakukannya wawancara ini yakni untuk memperoleh data mengenai profil Kebun raya bogor dan mengenai *Word of Mouth* di Kebun Raya Bogor.

2. Observasi

Observasi dilakukandengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak pada objek yang diteliti yakni

Kebun Raya Bogor, terutama mengenai *Word of mouth* dan keputusan berkunjung.

3. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Responden mempunyai kebiasaan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya. Kuesioner merupakan metode penelitian yang harus dijawab responden untuk menyatakan pandangannya terhadap suatu persoalan. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman pengunjung pada keseluruhan hasil dari *Word of mouth* serta keputusan berkunjung. Kuesioner ditujukan kepada wisatawan yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi terkait teori-teori yang berhubungan dengan masalah variabel yang diteliti, yang terdiri dari *word of mouth* dan keputusan berkunjung baik melalui buku maupun jurnal serta artikel yang diterbitkan. Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.3 berikut.

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	<i>Staff</i> Jasa Informasi dan Fasilitas Kebun Raya Bogor
2	Observasi	Pelaksanaan <i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Berkunjung di Kebun Raya Bogor
3	Kuesioner	Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor
4	Studi Literatur	<i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Berkunjung di Kebun Raya Bogor

Sumber: Hasil pengolahan Data Primer dan Data Sekunder, 2014

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *word of mouth* (X) memiliki pengaruh atau tidak terhadap keputusan berkunjung yang merupakan variabel *dependent* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Arikunto (2013:211), “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.” Valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid harus memiliki validitas internal dan eksternal.

Adapun tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* (dikemukakan oleh Pearson).

Rumus teknik korelasi *product moment* yakni 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 *product moment*
 n = Jumlah sampel atau banyaknya responden
 X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
 Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
 $\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X
 $\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Keputusan pengujian validitas item instrument, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
3. Pengujian kuesioner yang diuji pada sample kecil dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka akan didapat nilai r_{tabel} .

Perhitungan validitas item instrument akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) for windows.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
WORD OF MOUTH (X)					
A Talkers					
1	Informasi dari perbincangan mengenai KRB di Televisi/Radio	0,614	0,361	0,000	Valid
2	Informasi dari keluarga	0,570	0,361	0,001	Valid

	mengenai KRB				
3	Informasi dari tetangga mengenai KRB	0,664	0,361	0,000	Valid
4	Informasi dari teman mengenai KRB	0,721	0,361	0,000	Valid
5	Informasi dari Travel Agent mengenai KRB	0,603	0,361	0,000	Valid
B	Topicks				
6	Ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan pemandangan di KRB	0,580	0,361	0,001	Valid
7	Ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan ingin bersantai/ <i>refreshing</i>	0,644	0,361	0,000	Valid
8	Ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan mitos yang ada di KRB	0,546	0,361	0,002	Valid
9	Ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan KRB sebagai pusat konservasi tumbuhan	0,709	0,361	0,000	Valid
10	Ketertarikan berkunjung ke KRB dikarenakan KRB Sebagai tempat bersejarah	0,617	0,361	0,000	Valid
C	Tools				
11	Frekuensi melihat informasi mengenai KRB di televisi	0,532	0,361	0,002	Valid
12	Frekuensi melihat informasi mengenai KRB di internet (Website KRB dan Blog)	0,642	0,361	0,000	Valid
13	Frekuensi melihat artikel mengenai KRB di social media (Facebook)	0,704	0,361	0,000	Valid
14	Frekuensi melihat artikel mengenai KRB di internet (forum-forum komunitas)	0,783	0,361	0,000	Valid
15	Frekuensi melihat artikel mengenai KRB di media cetak (koran dan majalah)	0,719	0,361	0,000	Valid
D	Taking Parts				
16	Intensitas karyawan KRB dalam memberikan informasi kepada wisatawan melalui internet (Website KRB/Forum-forum komunitas)	0,654	0,361	0,000	Valid
17	Tanggapan karyawan KRB terhadap wisatawan melalui telepon	0,724	0,361	0,000	Valid
18	Tanggapan karyawan KRB terhadap wisatawan ketika	0,728	0,361	0,014	Valid

	menanyakan langsung mengenai KRB				
E	Tracking				
19	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai KRB melalui internet (Website, Social media, dan forum-forum komunitas)	0,445	0,361	0,000	Valid
20	Kemudahan mendapatkan informasi mengenai KRB melalui karyawan KRB secara langsung	0,654	0,361	0,000	Valid
21	Kemudahan menulis komentar mengenai KRB di internet atau secara langsung dikotak saran yang disediakan KRB	0,493	0,361	0,006	Valid
No	Pernyataan	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Signifikansi	Ket
Keputusan Berkunjung (Y)					
A	Pemilihan Produk				
1	Keunggulan daya tarik wisata di KRB dibandingkan dengan tempat wisata lain	0,673	0,361	0,000	Valid
2	Keunggulan fasilitas yang disediakan oleh KRB	0,616	0,361	0,000	Valid
3	Keunggulan layanan jasa yang diberikan oleh KRB	0,545	0,361	0,002	Valid
B	Pemilihan Merek				
4	kepopuleran KRB	0,737	0,361	0,000	Valid
5	citra KRB sebagai pusat konservasi	0,787	0,361	0,000	Valid
C	Pemilihan penyalur				
6	Kestrategisan lokasi KRB	0,823	0,361	0,000	Valid
7	Kemudahan dalam menjangkau lokasi KRB	0,809	0,361	0,000	Valid
8	Harga tiket masuk yang ditawarkan pihak KRB	0,758	0,361	0,000	Valid
9	Kenyamanan saat melakukan aktivitas di KRB	0,635	0,361	0,000	Valid
D	Pemilihan waktu kunjungan				
10	Berkunjung ke KRB saat hari libur nasional	0,784	0,361	0,000	Valid
11	Berkunjung ke KRB saat hari kerja	0,858	0,361	0,000	Valid
12	Berkunjung ke KRB saat hari sabtu/minggu	0,680	0,361	0,000	Valid
E	Pemilihan waktu kunjungan				
13	Keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali	0,682	0,361	0,000	Valid

14	Frekuensi berkunjung ke KRB Hasil Pengolahan, 2014	0,696	0,361	0,000	Valid
----	---	-------	-------	-------	-------

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel *word of mouth* (X) dan variabel keputusan berkunjung (Y) dinyatakan valid karena skor r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen memiliki akurasi nilai untuk dapat dipercaya, dan digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya (*reliabel*) akan menghasilkan data yang tentu dapat dipercaya. Adapun pengertian reliabel menurut Arikunto (2013:221) Reliabilitas merupakan bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut:

$$r^{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r^{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

$\Sigma \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir tiap pernyataan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\Sigma \sigma^2$) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{N}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

σ = Nilai Varians

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 18 for windows. Item pertanyaan dikatakan reliabel apabila $C\alpha_{hitung} \geq 0,700$. Koefisien *alpha cronbach* ($C\sigma$) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.5
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	$C\sigma_{hitung}$	$C\sigma_{minimal}$	Keterangan
1	Word of Mouth	0,928	0,700	Reliabel
2	Keputusan berkunjung	0,926	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* untuk *word of mouth* dan keputusan berkunjung lebih besar dari 0,700, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa hipotesis dengan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif lebih menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban responden atas item-item dalam kuesioner.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* (*Likert's Summated Ratings*). Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011:95) skala likert digunakan untuk mengukur dimensi sikap yang terdiri dari *cognitive domain* (tahu atau tidak tahu), *affective domain* (perasaan), dan *conative domain* (tingkah laku).

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yakni memberikan mengenai analisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Kebun raya bogor.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis data deskriptif tentang *word of mouth* yang terdiri dari *talker, topics, tool, taking part, tracking*
2. Analisis data deskriptif tentang keputusan berkunjung.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data
Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul
3. Tabulasi data
 - a. Memberikan skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Mengubah jenis data
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4. Menganalisis data

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

5. Pengujian

Penelitian ini menggunakan regresi berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *Word of mouth* (X) yang terdiri dari *talker* (X1), *topics* (X2), *tools* (X3) *taking part*(X4) dan *tracking* (X5). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan berkunjung, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh word of mouth terhadap keputusan berkunjung. Adapun langkah-langkah dalam pengujian ini sebagai berikut:

1. MSI (*Method of Successive Interval*, Sugiyono, 2010:86)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval menjadi *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

- a) Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c) Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d) Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$ScaleValue = \frac{(DencityatLowerLimit) - (DencityatUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit) - (AreaBelowLowerLimit)}$$

- f) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \textit{scale value}_{\textit{minimum}} + 1$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

Uji Asumsi Regresi

Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

- a. Uji asumsi normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

- b. Uji asumsi heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

- c. Uji asumsi multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*).

- d. Uji asumsi autokorelasi

Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau sebelumnya (Imam Ghazali, 2011:110). Secara sederhana, analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian dengan Run Test. Jika *asymptotic sig (2-tailed)* pada output *runs test* lebih besar dari 5%, maka data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi dan sebaliknya.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2012:272).

Bentuk persamaan regresi berganda untuk dua prediktor sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 \quad (\text{Sugiyono, 2012:277})$$

Keterangan :

a = konstanta

b = koefisien regresi

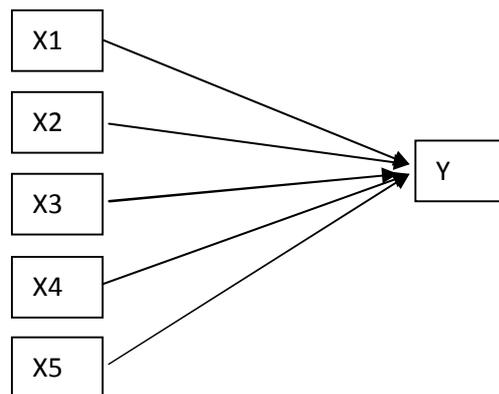
Y = variabel dependen (variabel terikat)

X = variabel independen (variabel bebas)

Selanjutnya dalam regresi berganda selain mengukur pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih beserta dimensi dari variabel X , juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan dimensi variabel independen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random yang berarti

mempunyai distribusi probabilistik. Sedangkan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

Analisis Regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih menerjemahkan kedalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut :



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan

X1 = *Talkers*

X2 = *Topicks*

X3 = *Tools*

X4 = *Taking Parts*

GENI SOPA RISTINA, 2014

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA DI
KEBUN RAYA BOGOR**

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

$X_5 = \text{Tracking}$

$Y = \text{Keputusan berkunjung}$

3. Pengujian secara simultan

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat maka digunakan uji F yang dapat didefinisikan dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m (1 - R^2)}$$

Sugiyono, 2012 : 286

Keterangan :

R : Koefisien korelasi berganda

m : Jumlah prediktor

n : Jumlah anggota sampel

4. Pengujian secara parsial

Uji secara parsial yaitu uji statistik bagi koefisien regresi dengan hanya satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y, uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi t sebagai berikut:

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

Riduwan, 2006:137)

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Tabel berikut akan memperlihatkan besarnya koefisien korelasi:

TABEL 3.4
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012:250)

5. Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam menggunakan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$ menggunakan rumus:

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

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

(Riduwan, 2010:81)

Langkah terakhir dalam analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dilakukan secara simultan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 = 0$, tidak ada pengaruh signifikan dari *word of mouth* (X) yang terdiri dari *talker*, *topicks*, *tools*, *taking parts*, dan *tracking* terhadap keputusan berkunjung (Y).

$H_a \neq 0$, terdapat pengaruh signifikan dari *word of mouth* (X) yang terdiri dari *talker*, *topicks*, *tools*, *taking parts*, dan *tracking* terhadap keputusan berkunjung (Y).

Kriteria pengujian untuk hipotesis yang dilakukan secara parsial adalah :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,5$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 $H_0 : b_i = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Talkers* dengan keputusan berkunjung
 $H_a : b_i \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Talkers* terhadap keputusan berkunjung
2. $H_0 : b_i = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Topicks* dengan keputusan berkunjung
 $H_a : b_i \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Topicks* terhadap keputusan berkunjung
3. $H_0 : b_i = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tools* dengan keputusan berkunjung
 $H_a : b_i \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tools* terhadap keputusan berkunjung
4. $H_0 : b_i = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Takingparts* dengan keputusan berkunjung
 $H_a : b_i \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Takingparts* terhadap keputusan berkunjung
5. $H_0 : b_i = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Trackings* dengan keputusan berkunjung
 $H_a : b_i \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Trackings* terhadap keputusan berkunjung.