

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa mengenai bagaimana *word of mouth* yang terdapat di Pemandian Air Panas Cikundul dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung. Adapun yang menjadi variabel bebas yaitu *word of mouth* (X) yang memiliki lima sub variabel yaitu *Talkers* (X<sub>1</sub>), *Topics* (X<sub>2</sub>), *Tools* (X<sub>3</sub>), dan *Taking Part* (X<sub>4</sub>). Sedangkan yang menjadi variabel terikatnya (Y) yaitu Keputusan Berkunjung.

Responden (unit analisis) dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Cikundul. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu, metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Husein Umar (2009, hlm. 42), “*Cross Sectional Method* yaitu metode penelitian dengan cara meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja”.

#### **3.2 Metodologi Penelitian**

Menurut Leedy (Gusti dan Made, 2012, hlm. 117), penelitian adalah suatu proses untuk mencapai jawaban terhadap suatu pertanyaan, penyelesaian permasalahan terhadap suatu fenomena yang memiliki ciri sistematis dan faktual. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana secara umum lebih memiliki wilayah luas, tingkat variasi yang kompleks, namun berlokasi dipermukaan atau tidak mendalam. Menurut Bendesa (Gusti dan Made, 2012, hlm. 125) yang dimaksud dengan metode penelitian kuantitatif merupakan alat analisis yang dapat membantu pelaku usaha dalam dunia bisnis, termasuk bisnis pariwisata dalam pengambilan keputusan karena keputusan dalam dunia bisnis dapat dalam bentuk atau berkaitan dengan, antara lain: optimasi, estimasi, identifikasi maupun eksplorasi masalah yang dihadapi. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 2) yang dimaksud dengan metode penelitian

adalah “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan kegunaan tertentu”. Data yang diperoleh merupakan data empiris yang memiliki kriteria data yang *valid*. *Valid* menunjukkan ukuran ketepatan antara data fakta yang ada di objek penelitian dengan data yang dikumpulkan peneliti. Sehingga dapat ditemukan pemecahan dalam penelitian yang dapat dibuktikan dan dikembangkan oleh disiplin ilmu tertentu. pada akhirnya hasil penelitian tersebut dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah di masa yang akan datang.

### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan**

Penelitian ini menggunakan dua tahap penelitian untuk memudahkan dalam menganalisa permasalahan yang ada. Penelitian deskriptif dilakukan pada tahap pertama dengan metode *descriptivesurvey*, kemudian dilanjutkan penelitian *explanatory* dengan menggunakan metode *explanatory survey*. Tahap-tahap penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

#### **3.2.1.1 Riset Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 35). “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan atau mencari hubungan antar variabel satu sama lain”. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan, dan bertujuan untuk menguraikan karakteristik suatu fenomena. Kemudian untuk mengukur gejala-gejala dan karakteristik suatu fenomena digunakan metode *descriptivesurvey*

#### **3.2.1.2 Riset Explanatory**

Tahap selanjutnya adalah riset *explanatory* atau yang biasa disebut penelitian verifikatif. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 36). “Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.” Berdasarkan pengertian

tersebut penelitian ini bertujuan untuk memperoleh keberpengaruh variabel bebas atau eksogen yaitu *word of mouth* dengan variabel terikat atau variabel endogen yaitu keputusan berkunjung. Kemudian metode yang yang digunakanyaitu *survey explanatory*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2014, hlm. 75) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, data yang dipelajari adalah data-data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan adalah “*cross section method*”, menurut Husein Umar (2002, hlm. 45) *cross section method*yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam waktu panjang, dan informasi yang didapat bersifat empiris dan berasal dari pendapat sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah *word of mouth* sebagai variabel bebas (X) dengan sub variabel yaitu *Talkers* (X<sub>1</sub>), *Topics* (X<sub>2</sub>), *Tools* (X<sub>3</sub>), dan *Taking Part* (X<sub>4</sub>), serta keputusan berkunjung sebagai variabel terikat (Y). Pengoperasian dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitan ini menggunakan skala ordinal. Secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut.:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Word of Mouth</i>	Pemasaran <i>word of mouth</i> digambarkan sebagai seluruh konsumen yang memiliki pengalaman produk berbagi pengalaman pada konsumen lain. Sernovitz (2012, hlm. 3)				

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Talkers</i> ( $X_1$ ): yang mengacu pada siapa orang yang memberikan informasi mengenai produk/jasa. (Sernovitz, 2012, hlm. 19)	Pemberi informasi memiliki informasi yang jelas mengenai PAP Cikundul.	Tingkat kejelasan informasi yang disampaikan sumber informasi mengenai PAP Cikundul.	Ordinal	1
		Pemberi informasi memiliki pengetahuan yang luas.	Tingkat pengetahuan mengenai PAP Cikundul yang diberikan sumber informasi.	Ordinal	2
		Cara penyampaian informasi pemberi informasi meyakinkan wisatawan.	Tingkat cara penyampaian informasi pemberi informasi meyakinkan wisatawan.	Ordinal	3
		Ketepatan informasi mengenai PAP Cikundul yang diberikan oleh pemberi informasi.	Tingkat ketepatan informasi mengenai PAP Cikundul yang diberikan oleh pemberi informasi.	Ordinal	4

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			informasi.		
		Informasi yang diberikan pemberi informasi mempengaruhi wisatawan untuk memilih PAP Cikundul.	Tingkat informasi dari keluarga mempengaruhi wisatawan dalam memilih PAP Cikundul.	Ordinal	5
	<i>Topics</i> ( $X_2$ ): Informasi atau topik yang dibicarakan mengenai produk. (Sernovitz, 2012, hlm. 20).	Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai daya tarik wisata PAP Cikundul.	Tingkat Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai khasiat mata air panas.	Ordinal	6
			Tingkat Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai pemandangan di PAP Cikundul.	Ordinal	7
		Ketertarikan	Tingkat	Ordinal	8

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai pelayanan di PAP Cikundul.	Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai pelayanan di PAP Cikundul.		
		Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai aksesibilitas PAP Cikundul	Tingkat Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan informasi mengenai kemudahan akses ke PAP Cikundul.	Ordinal	9
	<i>Tools (X<sub>3</sub>):</i> Yang mengarah pada perlengkapan yang diperlukan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan WOM (Sernovitz, 2012, hl.	Frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media online.	Tingkat frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media online.	Ordinal	10

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	21)	Frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media massa (koran dan majalah)	Tingkat frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media massa (koran dan majalah)		11
		Frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media sosial.	Tingkat frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media sosial.		12
	<b>Taking Part</b> (X <sub>4</sub> ): yang menuntut partisipasi perusahaan dalam proses WOM ini. (Sernovitz, 2012, hlm. 22).	Intensitas karyawan PAP Cikundul dalam memberikan informasi kepada wisatawan.	Tingkat intensitas karyawan PAP Cikundul dalam memberikan informasi kepada wisatawan.	Ordinal	13
		Tanggapan karyawan terhadap	Tingkat tanggapan karyawan	Ordinal	14

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		wisatawan yang membutuhkan informasi melalui telepon.	terhadap wisatawan yang membutuhkan informasi melalui telepon.		
		Partisipasi pengelola PAP Cikundul dalam memberikan informasi.	Partisipasi pengelola PAP Cikundul dalam memberikan informasi.	Ordinal	15
		Tanggapan karyawan terhadap wisatawan yang menanyakan langsung mengenai PAP Cikundul.	Tingkat tanggapan karyawan terhadap wisatawan yang menanyakan langsung mengenai PAP Cikundul.	Ordinal	16
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>	Keputusan Berkunjung merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan. Kotler dan Keller (2012, hlm. 160)				
	<b>Pemilihan Produk:</b> Perusahaan harus memusatkan	Keunggulan Produk	Tingkat keunggulan produk	Ordinal	1

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	perhatiannya kepada orang-orang yang berminat untuk mengunjungi objek wisata yang mereka kelola, sehingga wisatawan dapat mengambil keputusan untuk mengunjungi objek wisata tersebut	Keunggulan layanan jasa yang diberikan PAP Cikundul.	Tingkat keunggulan layanan jasa yang diberikan PAP Cikundul.	Ordinal	2
		Keunggulan mata air panas dibandingkan pemandian air panas lain.	Tingkat keunggulan mata air panas dibandingkan pemandian air panas yanglain.	Ordinal	3
	<b>Pemilihan Brand (Merek):</b> Wisatawan harus memutuskan objek wisata apa yang akan dikunjungi dan setiap objek wisata memiliki perbedaaan sesuai dengan karakteristiknya masing-masing.	Pilihan merek berdasarkan tingkat kepopuleran	Tingkat pilihan Merek berdasarkan tingkat kepopuleran	Ordinal	4
		Pilihan merek berdasarkan citra	Tingkat pilihan merek berdasarkan citra	Ordinal	5
		Pilihan merek berdasarkan keunggulan mata air panas PAP Cikundul.	Tingkat pilihan merek berdasarkan keunggulan mata air panas PAP Cikundul.		6
	<b>Pemilihan Penyalur:</b> Wisatawan harus	Lokasi	Tingkat kestrategisan	Ordinal	7

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	memutuskan objek wisata apa yang akan dikunjungi serta didasari oleh faktor lokasi, harga yang murah persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam berbelanja, keleluasaan tempat dan sebagainya.		lokasi PAP Cikundul		
		Aksesibilitas	Tingkat keterjangkauan aksesibilitas menuju PAP Cikundul	Ordinal	8
		Harga	Tingkat keterjangkauan harga yang ditawarkan PAP Cikundul	Ordinal	9
	<b>Waktu Kunjungan:</b> Keputusan wisatawan untuk datang berkunjung berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Waktu kunjungan menentukan masa puncak dan sepi selama satu tahun kedatangan dan keberangkatan wisatawan sangat membantu dalam berbagai hal	Waktu berkunjung saat libur nasional	Tingkat waktu berkunjung saat libur nasional	Ordinal	10
		Waktu berkunjung saat <i>weekday</i>	Tingkat waktu berkunjung saat <i>weekday</i>	Ordinal	11
		Waktu berkunjung saat <i>weekend</i>	Tingkat waktu berkunjung saat <i>weekend</i>	Ordinal	12
	<b>Jumlah Kunjungan:</b> Wisatawan dapat	Keinginan untuk berkunjung	Tingkat keinginan	Ordinal	13

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk jasa pada objek wisata yang akan dikunjungi dan kunjungan mungkin dilakukan lebih dari satu objek wisata. Objek wisata harus mempersiapkan banyaknya produk jasa atau atraksi wisata yang sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari masing-masing wisatawan.	kembali ke PAP Cikundul.	untuk berkunjung kembali ke PAP Cikundul.		
		Frekuensi berkunjung ke PAP Cikundul.	Tingkat frekuensi berkunjung ke PAP Cikundul	Ordinal	14

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Ulber Silalahi (2010, hlm. 280) mengemukakan bahwa data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian.

Dalam sebuah penelitian diperlukan berbagai data yang menunjang penyelesaian masalah penelitian. Data dalam suatu penelitian dapat diperoleh melalui beberapa cara. Pada umumnya data dibedakan menjadi 2 macam:

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PAMANDIAN AIR PANAS CIKUNDUL**

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

- 1) Data Primer adalah suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut *first-hand-information*.
- 2) Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.

Pada penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah artikel, jurnal, serta berbagai situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk tujuan Penelitian		
				T-1	T-2	T-3
1	Profil Pemandian Air Panas Cikundul	Primer	Pemandian Air Panas Cikundul	-	-	-
2	Tingkat Kunjungan Pemandian Air Panas Cikundul	Sekunder	Pemandian Air Panas Cikundul	-	-	-
3	Strategi pelaksanaan yang dilakukan Pemandian Air Panas Cikundul	Sekunder	Pemandian Air Panas Cikundul	-	-	-
4	Tanggapan pengunjung mengenai <i>Word of Mouth</i> Pemandian Air Panas Cikundul	Primer	Pengunjung Pemandian Air Panas Cikundul	V	-	V
5	Tanggapan pengunjung mengenai tingkat kunjungan Pemandian Air Panas Cikundul	Primer	Pengunjung Pemandian Air Panas Cikundul	-	v	V

Keterangan:

T-1: Untuk mengetahui tanggapan mengenai *Word of Mouth* Pemandian Air Panas Cikundul.

T-2: Untuk mengetahui keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul

T-3: Untuk mengetahui seberapa besar *Word of Mouth* dapat mempengaruhi keputusan berkunjung pada pengunjung yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Cikundul.

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS CIKUNDUL**

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

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2014, hlm. 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Hermawan, 2006, hlm. 143). Dengan sederhana, Silalahi (2009, hlm. 253) mengungkapkan bahwa “Populasi adalah seluruh unit-unit yang darinya sampel dipilih”.

Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki obyek atau subyek tersebut. Langkah awal yaitu menentukan dengan jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran (*target population*) yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung Pemandian Air Panas Cikundulyaitu 8720 orang.

#### 3.2.4.2 Sampel

Dalam populasi tidak semua anggota populasi harus diukur, tetapi sebagian saja. Oleh karena adanya keterbatasan baik itu dari segi dana maupun waktu. Sukadarrumidi dalam (Gusti dan Made, 2012, hlm. 68) Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Sugiyono (2014, hlm. 81) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Apa yang dipelajari dari sampel tersebut kesimpulannya akan diberlakukan pula pada populasi. Oleh karena itu yang menjadi sampel haruslah benar-benar merepresentatifkan populasi yang ada. Dalam menentukan hasil pengukuran dalam penelitian ini digunakan rumus Taro Yamane (Ridwan, 2008, hlm. 65) sebagai berikut:

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

Ket: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

D = tingkat presisi yang ditetapkan (10%)

Berdasarkan rumus dan asumsi di atas, diperoleh sampel minimal sebagai berikut:

$$n = \frac{8720}{1 + (8720)(0,1^2)}$$

$n = 98,87$  dibulatkan jadi 100 orang

### 3.2.4.3 Teknik sampel

Gusti dan Made (2012, hlm. 69) mengemukakan bahwa ada dua macam cara pengambilan sampel, yaitu secara random (*random sampling, non probability sampling method*) dan non random (*non random sampling, non probability sampling*). Terdapat empat cara teknik sampel pada *Probability Sampling*, penulis menggunakan *systematic random sampling*, karena populasi dianggap homogen dan ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara random.

Menurut Zulgenef (2008, hlm. 142) *Systematic random sampling* adalah metode penarikan sampel yang menarik setiap elemen ke-n dalam populasi yang dimulai memilih unsur secara random antara unsur no. 1 dan n. Menurut Gusti dan Made (2012, hlm, 72) Dalam *systematic random sampling* dipersiapkan terlebih dahulu nama-nama subjek yang akan dipilih untuk sampel. Pemilihannya dilakukan dengan menggunakan kelipatan yang ditentukan berdasarkan hasil pembagian jumlah populasi dengan jumlah sampelnya (jumlah populasi dibagi dengan jumlah sampel). Cara ini mengharuskan peneliti untuk memilih unsur populasi yang bisa dijadikan sampel Langkah-langkah dalam mendapatkan data yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan populasi, dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung 8720.
2. Menentukan ukuran sampel, rumus yang digunakan untuk mencari sampel dalam penelitian ini adalah Taro Yamane.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian, dimana data yang diperoleh akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

#### 1. Wawancara

Teknik ini dengan secara langsung berhubungan dengan pengelolaan Pemandian Air Panas Cikundul, untuk memperoleh data mengenai kondisi atau strategi pemasaran yang telah dilakukan.

#### 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Pemandian Air Panas Cikundul khususnya mengenai strategi-strategi yang dilakukan dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung.

#### 3. Angket

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat data tertulis. Angket berisi pertanyaan mengenai *word of mouth* yang terdapat di Pemandian Air Panas Cikundul. Angket ditujukan untuk pengunjung Pemandian Air Panas Cikundul.

#### 4. Studi Literatur

Studi literature merupakan suatu cara maupun usaha pengumpulan berbagai informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang memiliki keterkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu *word of mouth* dan keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 121), Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid harus memiliki validitas internal dan eksternal.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas 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.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan pengukuran rumus korelasi sederhana atau sering kali disebut sebagai korelasi Pearson dimana teknik korelasi ini masuk kategori statistik parametrik. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2012, hlm. 183)

r = Koefisien korelasi validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PAMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL**

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

- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
n = Banyaknya responden

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20for windows. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20for windows maka diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti yang menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ .

*Output* yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data  $r_{hitung}$  untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  (dilihat dari tabel r *product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan n-2, di mana n-2 merupakan jumlah responden).

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (y) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga  $r_{tabel}$  dengan dk= n-2 dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berikut adalah hasil dari perhitungan validitas item instrumen dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product for service Solution*) for windows.

### TABEL 3.3

### HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

<i>Word of Mouth (X)</i>			
NO.	Pernyataan	$r_{hitung}$	KET
<b>A. Talkers</b>			
1.	Kejelasan informasi yang diberikan pemberi informasi.	0,587	Valid
2.	Pemberi informasi memiliki pengetahuan yang luas mengenai PAP Cikundul.	0,784	Valid
3.	Penyampaian informasi pemberi informasi meyakinkan.	0,754	Valid
4.	Ketepatan informasi mengenai PAP Cikundul yang diberikan oleh pemberi informasi.	0,773	Valid
5.	Informasi dari pemberi informasi mempengaruhi wisatawan dalam memilih PAP Cikundul.	0,560	Valid
<b>B. Topics</b>			
6.	Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan khasiat mata air panas.	0,603	Valid
7.	Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan pemandangan di PAP Cikundul.	0,778	Valid
8.	Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan keramahan karyawan PAP Cikundul.	0,788	Valid
9.	Ketertarikan berkunjung ke PAP Cikundul dikarenakan kemudahan akses ke PAP Cikundul.	0,713	Valid
<b>C. Tools</b>			
10.	Frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media online.	0,816	Valid
11.	Frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media massa (koran dan majalah)	0,851	Valid
12.	Frekuensi melihat informasi tentang PAP Cikundul melalui media sosial.	0,773	Valid
<b>D. Taking Part</b>			
13.	Intensitas karyawan PAP Cikundul dalam memberikan informasi kepada wisatawan.	0,592	Valid
14.	Tanggapan karyawan terhadap wisatawan melalui telepon.	0,861	Valid
15.	Partisipasi pengelola PAP Cikundul dalam memberikan informasi	0,907	Valid
16.	Tanggapan karyawan terhadap wisatawan yang menanyakan langsung mengenai PAP Cikundul.	0,727	Valid
<b>Keputusan Berkunjung (Y)</b>			
	Pernyataan	$r_{hitung}$	KET
<b>A. Pemilihan Produk</b>			
1.	Keunggulan daya tarik PAP Cikundul dibandingkan dengan tempat wisata sejenis di sekitar Sukabumi.	0,755	Valid
2.	Keunggulan layanan jasa yang diberikan PAP Cikundul.	0,740	Valid

Anggi Ismail Halili, 2015

PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PAMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL

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

3.	Keunggulan mata air panas dibandingkan pemandian air panas lain.	0,896	<i>Valid</i>
<b>B. Pemilihan Merek</b>			
4.	Pemilihan berdasarkan tingkat kepopuleran PAP Cikundul di Kota Sukabumi.	0,831	<i>Valid</i>
5.	Pemilihan berdasarkan citra PAP Cikundul.	0,844	<i>Valid</i>
6.	Pemilihan merek berdasarkan keunggulan mata air panas PAP Cikundul.	0,909	<i>Valid</i>
<b>C. Pilihan Penyalur</b>			
7.	Kestrategisan lokasi PAP Cikundul.	0,945	<i>Valid</i>
8.	Keterjangkauan aksesibilitas menuju PAP Cikundul	0,900	<i>Valid</i>
9.	Keterjangkauan harga yang ditawarkan PAP Cikundul	0,771	<i>Valid</i>
<b>D. Waktu Kunjungan</b>			
10.	Intensitas berkunjung PAP Cikundul saat libur nasional.	0,812	<i>Valid</i>
11.	Intensitas berkunjung PAP Cikundul saat <i>weekday</i> .	0,841	<i>Valid</i>
12.	Intensitas berkunjung ke PAP Cikundul berkunjung saat <i>weekend</i>	0,716	<i>Valid</i>
<b>E. Jumlah Kunjungan</b>			
13.	Minat untuk berkunjung kembali ke PAP Cikundul.	0,955	<i>Valid</i>
14.	Frekuensi berkunjung ke PAP Cikundul.	0,933	<i>Valid</i>

Hasil Pengolahan Data, 2015

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan 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

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya, sesuai dengan kata *reliable* yang artinya dapat dipercaya atau diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S_b^2}{\sum S^2} \right) \right]$$

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL**

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

$$k - 1 \quad s_t^2$$

Sumber : Husein Umar (2009, hlm. 170)

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$s_t^2$  = Deviasi standar total

$\sum s_b^2$  = Jumlah deviasi standar butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini :

$$(\sum X^2)$$

$$s^2 = \frac{\sum X^2}{n} - \frac{(\sum X)^2}{n-1}$$

Sumber : Husein Umar (2009, hlm. 172).

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program *SPSS 20 for windows*. Item pertanyaan dikatakan reliable apabila  $C\alpha_{hitung} \geq 0,700$ . Koefisien *alpha cronbach* merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen, Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian.

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{minimal}$	Keterangan
1.	<i>Word Of Mouth</i>	0,902	0,70	Reliabel
2.	Keputusan Berkunjung	0,893	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa hasil tingkat reliabilitas 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 dan Pengujian Hipotesis

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS CIKUNDUL**

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

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Dimana sejalan dengan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai program *word of mouth*. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah *Talkers* ( $X_1$ ), *Topics* ( $X_2$ ), *Tools* ( $X_3$ ), dan *TakingPart* ( $X_4$ ). Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah Keputusan Berkunjung. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahap – tahap sebagai berikut :

#### 1) Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh reponden. Untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan :

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100= konstanta

#### 2) Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PAMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL**

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

### 3) Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

Memberikan skor pada setiap item. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*numeric scale*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

**TABEL 3.5**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Sangat Tinggi</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Cukup Tinggi</b>	<b>Tidak Tinggi</b>	<b>Sangat Tidak Tinggi</b>
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Sumber : Sugiyono (2014, hlm. 94)

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
  - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
- 4) Menganalisis data dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka – angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

#### **3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 147) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai program *word of mouth* terhadap

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

1. Analisis deskriptif tentang pengaruh *Word of Mouth* di Pemandian Air Panas Cikundul.
2. Analisis deskriptif tentang keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multiple regression* (regresi berganda). Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal program *Word of Mouth* (X) yang terdiri dari *Talkers* (X<sub>1</sub>), *Topics* (X<sub>2</sub>), *Tools* (X<sub>3</sub>), dan *TakingPart* (X<sub>4</sub>) terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.

Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

#### 3.2.7.2.1 *Method Of Successive Interval* (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban

- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

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

### 3.2.7.2.2 Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Analisis Regresi multiple (berganda). Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program *SPSS 20 for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisisregresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 275) regresi berganda digunakan oleh peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Manfaat dari hasil regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak (Sugiyono, 2014, hlm. 260)

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel *independent* yaitu *word of mouth* yang terdiri dari *talkers, topics, tools, dan taking*

*part.* Sedangkan yang menjadi variabel *dependent* adalah keputusan berkunjung. Untuk bisa membuat ramalan regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel *dependent* yang diprediksikan

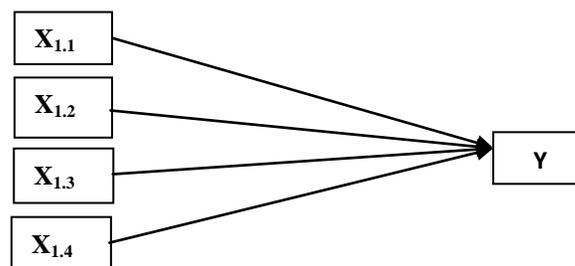
a = Harga Y bila X=0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel *dependent* yang disadarkan variabel *independent*. Bila (+) maka naik, bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel *independent* yang mempunyai nilai tertentu X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>

e = Epsilon (pengaruh luar)

Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent* minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel *independent* yang paling dominan terhadap *dependen*, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut :



**GAMBAR 3.1**

## REGRESI BERGANDA

Keterangan :

$X_{1,1}$  = *Talkers*

$X_{1,2}$  = *Topics*

$X_{1,3}$  = *Tools*

$X_{1,4}$  = *Taking Part*

Y = Keputusan berkunjung

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial dengan rumus sebagai berikut:

a. Pengujian Secara Simultan

Uji secara simultan yaitu uji statistik bagi koefisien regresi yang bersama-sama mempengaruhi Y, uji ini menggunakan uji F

$$F = \frac{R^2 (n - k - 1)}{K (1 - R^2)}$$

(Hasan, 2009, hlm. 107)

Keterangan:

R= Nilai korelasi

k= Jumlah variabel bebas

n = Jumlah subjek (sampel)

b. Pengujian Secara Parsial

Uji secara parsial yaitu uji statistik bagi koefisien regresi dengan hanya satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y, uji ini menggunakan uji t

$$t_0 = \frac{b_i - B_i}{S_{b_i}}, i = 1, 2, 3, \dots$$

(Hasan, 2009, hlm. 108)

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Teknik analisis regresi dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Normalitas

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL**

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

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data data normal. mendekati normal. pengujian normalitas ini dapat dilakukan melalui analisis grafik dan analisis statistic (Ghozali, hlm. 2005).

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan data yang mendekati normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metodelain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis *normal probability plot* addalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan pula melalui analisis statistic yang salah satunya dapat dilihat melalui Kolmogorov-Smirnov test (K-S).

Uji K-S dilakukan dengan hipotesis:

$H_0$  = Data residual terdistribusi normal

$H_a$  = Data residual tidak terdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas nilai Z uji K-S signifikan secara statistic maka  $H_0$  ditolak, yang berarti data terdistribusi tidak normal.
- 2) Apabila probabilitas nilai Z uji K-S tidak signifikan statistic maka  $H_0$  diterima, yang berarti data terdistribusi normal.

## 2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Anggi Ismail Halili, 2015

**PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL**

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

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, hlm. 2005). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multi kolinieritas didalam model ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai tolerance  $> 10$  persen dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- b) Jika nilai tolerance  $< 10$  persen dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

### 3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan caramelihat Grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, dimana sumbu Y adalah  $\hat{Y}$  yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di studentized. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan sebagai berikut (Ghozali, 2005):

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, secara titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 1) Uji Glejser meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi :  $|U_t| = \alpha + \beta X_t + V_t$

### 3.3 Pengujian Sub Hipotesis

#### 3.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Anggi Ismail Halili, 2015

*PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PEMANDIAN AIR PANAS  
CIKUNDUL*

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

Kriteria pengujian untuk hipotesis yang dilakukan secara parsial adalah sebagai berikut:

- A.  $H_0 : b_i = 0$  Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.
- B.  $H_1 : b_i \neq 0$  Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.

### 3.3.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Kriteria pengujian untuk hipotesis yang dilakukan secara parsial adalah sebagai berikut:

- A.  $H_0 : b_1 = 0$  Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *talkers* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.  
 $H_1 : b_1 \neq 0$  Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *talkers* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.
- B.  $H_0 : b_2 = 0$  Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *topics* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.  
 $H_1 : b_2 \neq 0$  Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *topics* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.
- C.  $H_0 : b_3 = 0$  Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *tools* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.  
 $H_1 : b_3 \neq 0$  Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *tools* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.
- D.  $H_0 : b_4 = 0$  Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *taking part* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.  
 $H_1 : b_4 \neq 0$  Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *taking part* terhadap keputusan berkunjung di Pemandian Air Panas Cikundul.