

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin. *Independent variable* atau variabel bebas yaitu *electronic word of mouth* (Variabel X) yang terdiri dari lima dimensi yaitu *source credibility*, *ewom quantity*, *ewom quality*, dan *consumer involvement*. Sedangkan yang menjadi *dependent variabel* atau variabel terikat yaitu keputusan menginap (Variabel Y) yang terdiri dari pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu menginap, jumlah pembelian, metode pembayaran.

Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu individu yang menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin. Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional*. Menurut Ulber (2009:37) penelitian *cross sectional*, yaitu “Penelitian yang hanya dilakukan pada kurun waktu tertentu”. Dalam menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.

#### **3.2 Metode Penelitian**

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

Berdasarkan variabel-variabel yang di teliti, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2012:147) berpendapat bahwa,

Penelitian deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Melalui jenis penelitian deskriptif ini maka dapat di peroleh deskripsi mengenai pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.

Selain penelitian deskriptif terdapat jenis penelitian verifikatif yaitu penelitian yang menguji kebenaran suatu hipotesis dengan melakukan pengumpulan data di lapangan. Penelitian ini akan menguji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data dilapangan dengan menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2012:6) metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen). Metode *survey* ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin guna mengetahui sejauh mana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang dioperasionalisasikan adalah *Electronic Word of Mouth* untuk variabel bebas (X) dengan dimensi *source credibility*, *ewom quantity*, *ewom quality*, dan *consumer involvement*. Keputusan menginap sebagai variabel terikat (Y) Berikut tabel operasionalisasi dari kedua variabel.

**TABEL 3. 1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Electronic Word Of Mouth (X)</i>	<i>Electronic word of mouth (EWOM) is the Web-based interpersonal communication between strangers to deliver the information about a product, service, or company without commercial purpose. Fan (2013:60)</i>				

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Source Credibility</i>	<i>The judgements made by a message recipient concerning the believability of online reviews</i> Penilaian yang dibuat oleh penerima pesan tentang kepercayaan dari ulasan <i>online</i> (Hong & Park, 2012 dalam Fan et.al 2013:59)	Kepercayaan	Tingkat kepercayaan tamu akan sumber ulasan	Ordinal	A.1
<i>Ewom Quantity</i>	<i>The quantity of EWOM makes the reviews more observable that is the volume of EWOM represents the popularity of product</i> Kuantitas EWOM membuat ulasan lebih diamati. dimana banyaknya EWOM mewakili popularitas produk (Cheung & Thadani, 2010 dalam Fan et.al 2013:59)	Kuantitas ulasan	Tingkat Banyaknya ulasan positif yang di <i>post</i> mengenai hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	B.1
		Kuantitas ulasan lokasi	Tingkat Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai lokasi di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	B.2
		Kuantitas ulasan kualitas tidur	Tingkat Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai lokasi di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	B.3
		Kuantitas ulasan kamar	Tingkat Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai kamar di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	B.4
		Kuantitas ulasan layanan	Tingkat Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai layanan di Hotel Ibis	Ordinal	B.5

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			Jakarta Tamarin		
		Kuantitas ulasan nilai	Tingkat Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai nilai di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	B.6
		Kuantitas ulasan kebersihan	Tingkat Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai kebersihan di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	B.7
<i>Ewom Quality</i>	<i>Consumers begin to judge whether the review worth to reading</i> Menunjukkan kualitas dari EWOM dimana konsumen menilai kebenaran dari informasi yang mereka terima (Fan et.al, 2013:59)	Kebenaran informasi lokasi	Tingkat kebenaran informasi mengenai lokasi di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	C.1
		Kebenaran informasi kualitas tidur	Tingkat kebenaran informasi mengenai kualitas tidur di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	C.2
		Kebenaran informasi kamar	Tingkat kebenaran informasi mengenai kamar di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	C.3
		Kebenaran informasi layanan	Tingkat kebenaran informasi mengenai layanan di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	C.4
		Kebenaran informasi nilai	Tingkat kebenaran informasi nilai di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	C.5

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Kebenaran informasi kebersihan	Tingkat kebenaran informasi kebersihan di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	C.6
<i>Consumer Involvement</i>	<i>Motivation to understand products and are more likely to read others' opinions to gather more information</i> Keterlibatan konsumen untuk memahami produk dan untuk membaca pendapat orang lain untuk mengumpulkan informasi lebih lanjut (Fan et.al, 2013:60)	Keterlibatan tamu dalam memahami produk yang di informasikan	Tingkat keterlibatan tamu dalam memahami produk yang di informasikan	Ordinal	D.1
		Keterlibatan tamu untuk mengumpulkan informasi lebih lanjut Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Tingkat keterlibatan tamu untuk mengumpulkan informasi lebih lanjut Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	D.2
<b>Keputusan Menginap (Y)</b>	<i>Consumer buyer behaviour is the buying behaviour of final consumers- individuals and households that buy goods and services for personal consumption. Kotler dan Amstrong (2014:159)</i>				
		Pilihan Produk	Tingkat keunggulan kamar Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	E.1
			Tingkat keragaman jenis kamar yang tersedia	Ordinal	E.2
			Tingkat kelengkapan fasilitas pendukung di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	E.3

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		Pilihan merek	Tingkat kemenarikan merek Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	F.1
			Tingkat citra merek Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Ordinal	F.2
		Pilihan Distribusi	Tingkat kemudahan untuk melakukan pemesanan melalui <i>Online Travel Agent</i>	Ordinal	G.1
			Tingkat kenyamanan melakukan reservasi melalui <i>Online Travel Agent</i>	Ordinal	G.2
		Waktu Menginap	Tingkat keputusan menginap pada saat hari biasa ( <i>weekday</i> )	Ordinal	H.1
			Tingkat keputusan menginap pada saat saat akhir pekan ( <i>weekend</i> ) /libur nasional	Ordinal	H.2
			Tingkat keputusan menginap pada saat promosi	Ordinal	H.3
		Jumlah Pembelian	Tingkat lamanya tamu menginap ( <i>length of stay</i> ) dalam satu kali kunjungan	Ordinal	I.1
			Tingkat frekuensi tamu menginap	Ordinal	I.2
		Metode Pembayaran	Tingkat keragaman metode pembayaran	Ordinal	J.1
			Tingkat kemudahan	Ordinal	J.2

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			melakukan membayar		

Sumber : Diolah Penulis, 2015

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data adalah semua informasi yang aspek penting untuk melakukan sebuah penelitian. Berdasarkan sumbernya data digolongkan menjadi dua yaitu data langsung (data primer) dan data tidak langsung (data sekunder).

Menurut Ulber (2009:280) Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu data sekunder dan data primer.

Menurut Sugiyono (2012:225) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Berdasarkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

**TABEL 3. 2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Jenis Data	Sumber Data
<b>Data Sekunder</b>		
1	Statistik kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia Tahun 2010-2014	Badan Pusat Statistik 2014
2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta 2010-2013	Badan Pusat Statistik DKI Jakarta 2014
3	Data Klasifikasi Hotel Berbintang di Kota Jakarta Tahun 2013	Bidang Industri Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta 2014
4	<i>Market share</i> Hotel Bintang 3 di Jakarta Pusat Tahun 2014	<i>Sales and Marketing</i> Ibis Jakarta Tamarin 2014
5	Tingkat Hunian Kamar Hotel	<i>Sales and Marketing</i> Ibis Jakarta

Dewi Lestari Andarwulan, 2015

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL IBIS JAKARTA TAMARIN**

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

	Ibis Jakarta Tamarin 2011-2014	Tamarin 2014
6	Segmentasi Tamu Hotel Ibis Jakarta Tamarin Tahun 2014	<i>Front Office</i> Ibis Jakarta Tamrin
7	<i>Review</i> dari Tamu Yang Menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin Berdasarkan <i>Online Travel Agent</i> Tahun 2014	<i>Tripadvisor.com, Booking.com, Hotel.com, Agoda.com</i>
<b>Data Primer</b>		
9	Karakteristik Responden	Tamu yang menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin
10	Tanggapan Tamu mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i>	Tamu yang menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin
11	Keputusan menginap Tamu Hotel Ibis Jakarta Tamarin	Tamu yang menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin

Sumber : Diadaptasi dari berbagai sumber, 2015

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan sebuah penelitian harus melalui proses pengumpulan data dan analisis dan langkah utama yang harus dilakukan adalah menentukan suatu populasi. Menurut Sugiyono (2012:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu individu yang menginap di Ibis Jakarta Tamarin pada tahun 2014 yaitu sebesar 20255. (sumber: Manajemen Ibis Jakarta Tamarin, 2014)

#### 3.2.4.2 Sampel

Dalam sebuah penelitian pada umumnya tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel.

Sugiyono (2012:81) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan

Dewi Lestari Andarwulan, 2015

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL IBIS JAKARTA TAMARIN**

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

peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Untuk memperoleh sampel yang mewakili dari populasi, maka setiap subyek dari populasi diharapkan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dikemukakan oleh Umar (2008:59) bahwa untuk menghitung besarnya ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel.

N = Ukuran Populasi.

e = Presentase kelonggaran kelebihan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir atau diinginkan (e= 0,1).

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah populasi (N), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{20255}{1 + 20255 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{20255}{203,55}$$

$$n = 99.508 \approx 100$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti yakni sebanyak 100 sampel, maka dalam penelitian ini ukuran sampelnya adalah 100 responden dari tamu individu yang menginap di Ibis Jakarta Tamarin.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2012:81) Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan simple random sampling karena populasi dianggap homogeny. *Simple random sampling* menurut Siregar

(2014:145) adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel. Langkah-langkah dalam mendapatkan data, yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah tamu individu yang menginap di Ibis Jakarta Tamarin.
2. Menentukan ukuran sampel, rumus yang digunakan untuk mencari sampel dalam penelitian ini adalah rumus Slovin. Sehingga setelah dihitung diperoleh sampel berukuran 100.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Hal utama dalam melakukan penelitian adalah teknik pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2010:402). "Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah mengumpulkan data". Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, serta studi literatur.

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi
 

Observasi dilakukan dengan cara meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Ibis Jakarta Tamarin khususnya mengenai implementasi *electronic word of mouth* dan keputusan menginap tamu.
2. Kuesioner (Angket)
 

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakter responden, pengalaman tamu pada *electronic word of mouth* serta keputusan menginap tamu. Kuesioner ditunjukkan kepada tamu individu yang menginap di Ibis Jakarta Tamarin.
3. Studi Literatur
 

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel

yang diteliti, terdiri dari *electronic word of mouth* dan keputusan tamu baik melalui buku maupun jurnal serta artikel yang diterbitkan.

**TABEL 3. 3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DAN SUMBER DATA**  
**DIKAITKAN DENGAN TUJUAN PENELITIAN**

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1	Observasi	Pelaksanaan <i>electronic word of mouth</i> dan keputusan menginap di Ibis Jakarta Tamarin	√	√	-
2	Kuesioner	Tamu Individu yang menginap di Ibis Jakarta Tamarin	√	√	√
3	Studi Literatur	<i>Electronic word of mouth</i> dan ningkatan keputusan menginap di Ibis Jakarta Tamarin	√	√	√

Sumber : Data Primer dan Sekunder, diolah kembali

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting hal tersebut disebabkan karena data adalah gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan skala *ordinal* yang bertujuan untuk membedakan antara kategori-kategori dalam satu variabel dengan asumsi bahwa ada urutan atau tingkatan skala. Angka-angka *ordinal* lebih menunjukkan urutan peringkat. Oleh karena itu, semua data *ordinal* yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Pengujian validitas dan realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20 for windows.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Sugiyono (2012:267) berpendapat bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan *reliable*. Sugiyono (2012:121) berpendapat bahwa:

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.

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel yang merupakan syarat mutlak dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara 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 skor total yang memakai teknik Korelasi *Product Moment*. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad \text{Sugiyono (2012:183)}$$

Dewi Lestari Andarwulan, 2015

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL IBIS  
JAKARTA TAMARIN**

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

Keterangan :

$r$	=	Koefisien validitas item yang dicari
$X$	=	Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
$Y$	=	Skor total
$\sum X$	=	Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	=	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

Setelah melakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perbandingan tingkat signifikansi. Berikut ini keputusan pengujian validitas instrumen:

1. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  (level of significant 5%) maka instrumen dikatakan valid.
2. Jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  (level of significant 5%) maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS 20 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 for windows diperoleh hasil pengujian dari item pertanyaan yang diajukan peneliti sebagai berikut.

**TABEL 3. 4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

NO.	PERTANYAAN	SIG	KETERANGAN
<b><i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH (X)</i></b>			
<b><i>Source Credibility (X<sub>1</sub>)</i></b>			
A1.	Kepercayaan tamu akan sumber ulasan	0.000	Valid
<b><i>EWOM Quantity (X<sub>2</sub>)</i></b>			
B1.	Banyaknya ulasan positif yang di <i>post</i> mengenai hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
B2.	Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai lokasi di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
B3.	Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai kualitas tidur di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.045	Valid
B4.	Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai kamar di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
B5.	Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai layanan di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.010	Valid

Dewi Lestari Andarwulan, 2015

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL IBIS JAKARTA TAMARIN**

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

NO.	PERTANYAAN	SIG	KETERANGAN
B6.	Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai nilai di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
B7.	Banyaknya ulasan yang ditemukan oleh tamu mengenai kebersihan di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
B8.	Banyaknya ulasan positif yang di <i>post</i> mengenai hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
<b>EWOM Quality (X<sub>3</sub>)</b>			
C1.	Kebenaran informasi mengenai lokasi di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.003	Valid
C2.	Kebenaran informasi mengenai kualitas tidur di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
C3.	Kebenaran informasi mengenai kamar di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
C4.	Kebenaran informasi mengenai layanan di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
C5.	Kebenaran informasi nilai di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
C6.	Kebenaran informasi kebersihan do Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
C7.	Kebenaran informasi mengenai lokasi di Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.035	Valid
<b>Customer Involvement (X<sub>4</sub>)</b>			
D1.	Keterlibatan tamu dalam memahami produk yang di informasikan	0.000	Valid
D2.	Keterlibatan tamu untuk mengumpulkan informasi lebih lanjut Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
<b>KEPUTUSAN MENGINAP (Y)</b>			
<b>Pilihan Produk (Y<sub>1</sub>)</b>			
E1.	Keunggulan kamar Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.004	Valid
E2.	Keragaman jenis kamar yang tersedia	0.021	Valid
E3.	Kelengkapan fasilitas pendukung di Hotel Ibis Jakarta	0.000	Valid
<b>Pilihan Merek (Y<sub>2</sub>)</b>			
F1.	Kemenarikan Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	Valid
F2.	Citra merek Hotel Ibis Jakarta Tamarin	0.000	
<b>Pilihan Distribusi (Y<sub>3</sub>)</b>			
G1.	Kemudahan untuk melakukan pemesanan melalui <i>Online Travel Agent</i>	0.004	Valid
G2.	Kenyamanan melakukan reservasi melalui <i>Online Travel Agent</i>	0.000	Valid
<b>Waktu Menginap (Y<sub>4</sub>)</b>			
H1.	Keputusan menginap pada saat hari biasa ( <i>weekday</i> )	0.000	Valid
H2.	Keputusan menginap pada saat akhir pekan	0.000	Valid

NO.	PERTANYAAN	SIG	KETERANGAN
	(weekend)/libur nasional		
H3.	Keputusan menginap pada saat promosi	0.000	Valid
<b>Jumlah Pembelian (Y<sub>5</sub>)</b>			
I1.	Lamanya tamu menginap ( <i>length of stay</i> ) dalam satu kali kunjungan	0.000	Valid
I2.	Frekuensi tamu menginap	0.001	Valid
<b>Metode Pembayaran (Y<sub>6</sub>)</b>			
J1.	Keragaman metode pembayaran	0.000	Valid
J2.	Kemudahan melakukan pembayaran	0.000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan hasil pengolahan pada Tabel 3.4, pengukuran validitas pada 30 item pertanyaan untuk variabel *electronic word of mouth* maupun variabel keputusan menginap dinyatakan seluruh item pertanyaan valid dikarenakan nilai signifikansi yang didapat lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menyatakan bahwa instrumen penelitian tersebut mempunyai validitas dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang benar.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas juga dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan. Pengujian reliabilitas menjelaskan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Sugiyono (2012:268) berpendapat bahwa:

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pada penelitian ini, untuk pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach`s alpha* ( $\alpha$ ), yaitu:

Dewi Lestari Andarwulan, 2015

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL IBIS JAKARTA TAMARIN**

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

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\} \text{ (Suharsini Arikunto, 2008:171)}$$

Keterangan :

r<sub>11</sub> = reliabilitas instrumen  
 k = banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma_1^2$  = variasi total  
 $\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians total

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

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

Keterangan :

n = jumlah sample  
 $\sigma^2$  = nilai variansi  
 x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butiran pertanyaan)

Reliabilitas variabel dapat diketahui dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 20.0, hal ini dikarenakan  $C\sigma$  masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,700.

Untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program spss, dengan langkah-langkah berikut ini:

1. Pilih program SPSS *for windows* pada perangkat komputer.
2. Pada *variable view*, ketik: Variabel X1-Y5, pada Name, Ketik *numeric* pada *type*, ketik: 8 pada *width*, ketik: 0 pada *decimals*, ketik: *none* pada *values*, ketik: *scale* pada *measure* dan yang lain diabaikan.
3. Pada *data view*, input data hasil kuesioner.
4. Pilih menu *analyze* di *toolbar*, kemudian pilih *submenu scale*, lalu *reliability analysis*.
5. Pada kotak *reliability analysis*, pindahkan semua *variable* yang akan diuji ke sebelah kanan dengan mengklik tanda panah hitam.
6. Ketik OK, dan akan terlihat hasil perhitungannya.

Koefisien *Alpha cronbach* ( $C\sigma$ ) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji realibilitas suatu instrumen. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	Variabel	r hitung (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
1	<i>Electronic Word of Mouth</i>	0,854	0,70	Reliabel
2	Keputusan Menginap	0,896	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2014

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* pada penelitian ini, untuk *Electronic Word of Mouth* yaitu sebesar 0,854 dan untuk keputusan menginap yaitu sebesar 0,896 maka penelitian ini dapat dipercaya karena tingkat *reliability* lebih besar dari 0,70.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Menurut Sugiono (2012:147) statistik deskriptif adalah statistik 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. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

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

1. Analisis deskriptif tentang *electronic word of mouth* di Hotel Ibis Jakarta Tamarin yang terdiri dari *source credibility*, *ewom quantity*, *ewom quality*, dan *consumer involvement*.

2. Analisis deskriptif tentang keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.

### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

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 atau hubungan atau pengaruh fungsional ataupun kausal program *electronic word of mouth* (X) yang terdiri dari *source credibility*, *ewom quantity*, *ewom quality*, dan *consumer involvement* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan tahap berikut

#### 1. Menyusun Data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isi data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Untuk mengetahui karakteristik responden yang digunakan yaitu dengan menggunakan rumus presentase sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = nilai yang diperoleh

N = Jumlah seluruh nilai

100 = Konstanta

#### 2. Tabulasi Data

- a) Memberi 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 kedalam lima alternatif jawaban, dimana setiap option terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

**TABEL 3. 6**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Sangat Tinggi</b>	<b>Tinggi</b>	<b>CukupTinggi</b>	<b>TidakTinggi</b>	<b>Sangat Tidak Tinggi</b>
Positif	5	4	3	2	1

Sumber: Modifikasi Uma Sekaran (2006:51)

- b) Menjumlahkan skor pada setiap item
- c) Menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

### 3. *Method of Succesive Internal (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah 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 (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

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

- f. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independent dengan variabel dependent serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

#### 4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

#### 5. Pengujian Hipotesis

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode verifikatif.

### 3.2.7.3 Regresi Linear Berganda

Rancangan regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Regresi dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu regresi linier sederhana dan linier berganda. Perbedaan ini berdasarkan jumlah variabel bebasnya, jika variabel bebasnya lebih dari satu maka disebut linier berganda (Wijaya, 2012:97).

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

#### 1. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Langkah untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows*, yang menurut Duwi Priyatno (2011:278) dilakukan sebagai berikut:

- a) Buka file analisis regresi, Analyze → regression → linear
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Pada kotak *plots*, pada Y diisi *DEPENDENT*, pada Y diisi *ZRESID*

- d) Beri contreng pada *Normal Probability Plot*
- e) Abaikan pilihan lain → OK

## 2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefesien ( $r$ ) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauh 1 atau nilai *tolerance* menjauhi 1. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows* menurut Duwi Priyanto (2011:288):

- a) Buka file analisis regresi, Analyze → regression → linear
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Beri contreng pada *Collinearity Diagnostics*. Kemudian klik tombol *Continue*. Pada kotak dialog sebelumnya klik tombol OK.

## 3. Uji Asumsi Heteroskedasitas

Heteroskedasitas merupakan adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mengetahui adanya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows* menurut Duwi Priyanto (2011:292):

- a) Buka file analisis regresi, Analyze → regression → linear
- b) Masukkan variabel Y pada kotak *dependent* dan variabel X pada kotak *independent*
- c) Pada kotak save klik unstandardized
- d) Abaikan yang lain klik OK.

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Regresi linier dikelompokkan menjadi 2 yaitu regresi linier sederhana dan berganda. Perbedaan ini berdasarkan jumlah variabel bebasnya, jika variabel bebasnya hanya 1 maka disebut linier

sederhana, jika variabel bebasnya lebih dari 1 maka disebut linier berganda (Wijaya, 2012:97). Berikut merupakan rumus regresi umum dan regresi berganda:

Rumus umum regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b X$$

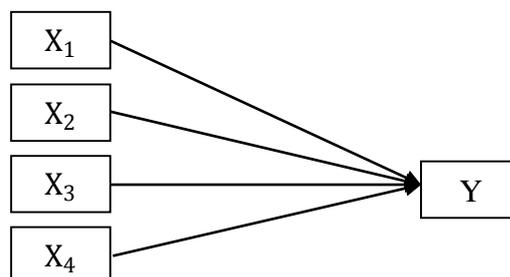
Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Variabel terikat (*dependent*)  
 A = Konstanta/ nilai baku/ tetap  
 $b_1, b_1, b_1, b_1$  = Koefisien regresi variabel bebas  
 $X_1 X_2 X_3 X_4 X_5$  = Variabel bebas (*independent*)

Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI LINIER BERGANDA**

Keterangan:

$X_1$  = *source credibility*  
 $X_2$  = *ewom quantity*  
 $X_3$  = *ewom quality*  
 $X_4$  = *consumer involvement*  
 Y = keputusan menginap

#### 4. Teknik Analisis Korelasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal. Hasil analisis regresi berganda adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel independen beserta dimensi turunan. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi variabel dependen dengan suatu persamaan. Selanjutnya dalam

Dewi Lestari Andarwulan, 2015

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL IBIS  
 JAKARTA TAMARIN**

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

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 dependen. Variabel dependen diasumsikan *random* yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Sedangkan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang).

Dalam penelitian ini menggunakan korelasi berganda karena digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya, sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Sugiyono (2010:256) mengatakan langkah-langkah menghitung koefisien ganda (R) sebagai berikut :

1. Jika harga r belum diketahui, maka hitunglah harga r. Biayanya sudah ada karena kelanjutan dari korelasi tunggal
2. Hitunglah  $r_{hitung}$  dengan rumus sebagai berikut : untuk dua variabel bebas rumusnya :

$$R_{y_{x_1x_2}} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Keterangan:

$R_{y_{x_1x_2}}$  = koefisien korelasi ganda antara variabel  $x_1$  dan  $x_2$

$r_{yx_1}$  = koefisien korelasi  $x_1$  terhadap Y

$r_{yx_2}$  = koefisien korelasi  $x_2$  terhadap Y

$r_{x_1x_2}$  = koefisien korelasi  $x_1$  terhadap  $X_2$

3. Tetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ), sebaiknya disamakan dengan  $\alpha$  terdahulu
4. Tentukan kriteria pengujian R, yaitu :
  - $H_a$  : tidak signifikan
  - $H_0$  : signifikan
  - $H_a$  :  $R_{y_{x_1x_2}} = 0$
  - $H_0$  :  $R_{y_{x_1x_2}} \neq 0$

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

5. Cari  $F_{hitung}$  dengan rumus :

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

6. Cari  $F_{tabel} = F_{(1-\alpha)}$ , kemudian dengan

$dk_{pembilang} = k$

$dk_{penyebut} = n-k-1$

dimana  $k$  = banyaknya variabel bebas

$n$  = banyaknya anggota sampel

dengan melihat tabel f didapat nilai  $F_{tabel}$

7. Bandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$

8. buat kesimpulannya

### 5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Sumber Buchari Alma (2007:81)

Keterangan:

KP = Nilai Koefisien Determinasi

$r$  = Nilai Koefisien Korelasi

### 3.2.7.1 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari 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 penelitian ini yaitu:

1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, oleh karena itu dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Mencari F hitung dengan cara :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (\text{Sugiono, 2012:235})$$

Keterangan:

$F_h$  = Nilai Korelasi

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel

Harga  $F_h$  selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel ( $F_t$ ) dengan pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dan taraf yang ditetapkan adalah 10%. Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

1. Bila  $F_h$  lebih besar dari  $F_t (F_h > F_t)$ , maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan, yaitu diberlakukan untuk seluruh populasi,
2. Bila  $F_h$  lebih kecil dari  $F_t (F_h < F_t)$ , maka koefisien korelasi yang diuji adalah tidak signifikansi yaitu tidak berlaku untuk seluruh populasi.

## 2. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2010:188) adalah sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu

pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $H_0: p = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *source credibility* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.  
 $H_a: p > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *source credibility* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.
2.  $H_0: p = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *ewom quantity* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.  
 $H_a: p > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *ewom quantity* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.
3.  $H_0: p = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *ewom quality* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.  
 $H_a: p > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *ewom quality* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.
4.  $H_0: p = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *consumer involvement* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin.  
 $H_a: p > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* yang terdiri dari *consumer involvement* terhadap keputusan menginap di Hotel Ibis Jakarta Tamarin