

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Lokasi Penelitian

Penulis memilih Kamojang Green Hotel & Resort sebagai objek penelitian karena Kamojang Green Hotel & Resort merupakan salah satu hotel yang banyak dikunjungi oleh tamu dari berbagai daerah di Indonesia maupun mancanegara sehingga responden yang akan didapatkan dalam penelitian ini akan memiliki perbedaan karakteristik yang signifikan.

Kamojang Green Hotel & Resort terletak di Jalan Raya Kamojang KM. 3 Semarang-Garut Jawa Barat, Bandung. Kamojang Green Hotel memiliki fasilitas yang cukup lengkap.

1.2 Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2012) metode pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir M. , 2011) . Pemilihan metode penelitian ini dianggap tepat oleh peneliti untuk menguji hipotesis mengenai fenomena e-WOM pada *online travel agent* yang sedang *trend* saat ini.

1.3 Jenis dan Sumber Data

1.3.1 Data Primer

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data primer penulis membagi kuesioner kepada tamu yang menggunakan OTA dan mencari informasi mengenai Kamojang Green Hotel & Resort.

1.3.2 Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan diantaranya sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Studi pustaka yang diperoleh berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan baik berupa buku, skripsi, maupun jurnal.

b. Situs Internet lainnya, Laman internet yang digunakan diantaranya situs mengenai Kamojang Green Hotel & Resort data pengguna internet di Indonesia.

c. Profil Kamojang Green Hotel & Resort, Garut.

d. Jumlah Kunjungan ke Kamojang Green Hotel & Resort, Garut.

1.4 Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam Populasi dalam penelitian ini adalah tamu Kamojang Green Hotel & Resort yang menggunakan OTA dan mencari informasi terkait Kamojang Green Hotel & Resort. Jumlah populasi dalam penelitian ini ditentukan dari data kunjungan tiga tahun terakhir yaitu 2016-2018 sebanyak 83.170 tamu.

1.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2012), *purposive sampling* adalah teknik dengan pertimbangan tertentu yang telah dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian dalam hal ini penelitian dilakukan pada responden adalah tamu Kamojang Green Hotel & Resort yang menggunakan OTA dan mencari informasi terkait Kamojang Green Hotel & Resort.

Untuk menentukan jumlah populasi yang akan dijadikan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin sebilla er,al 1960,sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Sehingga:

Jumlah total keseluruhan populasi adalah 83.170 dan akan dilakukan survey dengan mengambil sampel dengan batas toleransi kesalahan 10% (0.10) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{83.170}{1 + 83.170 (0.10)^2} \\ &= \frac{83.170}{1 + 831,7} \\ &= \frac{83.170}{832,7} \\ &= 99,8 \text{ Di bulatkan } 100 \end{aligned}$$

Dari rumus tersebut diperoleh 99.8 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel yang nantinya variabel tersebut akan menjadi suatu atribut atau sifat dari orang, atau kegiatan, hal ini sesuai dengan pernyataan (Sugiyono, 2012) yang menyebutkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai orang, objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti yang selanjutnya akan diimplementasikan lebih lanjutnya hasilnya.

Penelitian ini merupakan suatu upaya untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel. Variabel tersebut yaitu *electronic word of mouth* sebagai variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel minat berkunjung sebagai variabel bebas (*independent variabel*). Variabel terikat (*dependent variabel*) merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti yang keragamannya dipengaruhi oleh variabel lainnya, sedangkan variabel bebas (*independent variabel*) adalah suatu

variabel yang keragamannya sebagai akibat dari campur tangan peneliti atau merupakan kondisi yang ingin diselidiki, diteliti, atau dikaji dan mempengaruhi variabel terikat (Utama, 2012).

1.6 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan secara rinci mengenai variabel, dimensi, indikator dan skala pengukuran dengan tujuan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Menurut penelitian (Bansal & Voyer, 2000) menungkapkan bahwa komunikasi melalui *electronic word of mouth* terbukti lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan lebih berpengaruh terhadap minat beli konsumen dari pada iklan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1
Operasional variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Pertanyaan
<i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) adalah bentuk komunikasi pemasaran berisi tentang pernyataan positif ataupun negative yang dilakukan oleh tamu tentang suatu produk atau perusahaan, yang tersedia bagi banyak orang melalui media internet (Hennig-Thurau, 2004)	<i>Intensity</i>	- Frekuensi mengakses informasi pada OTA	Ordinal	1
		- Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna OTA	Ordinal	2
	<i>Valence of Opinion</i>	- Komentar positif dari pengguna lain pada OTA	Ordinal	3
		- Rekomendasi dari pengguna lain pada OTA	Ordinal	4
	<i>Content</i>	- Informasi variasi produk atau jasa yang tersedia pada OTA	Ordinal	5
		- Informasi mengenai harga yang ditawarkan pada OTA	Ordinal	6
		- Informasi kualitas pada OTA	Ordinal	7

		- Informasi kepuasan dari pengguna lain setelah berkunjung pada OTA	Ordinal	8
Minat Berkunjung (Y) Minat beli atau minat berkunjung adalah pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen	Minat Transaksional	- Keinginan berkunjung setelah membaca ulasan pada OTA mengenai Kamojang Green Hotel & resort	Ordinal	1
	Minat Referensial	- Keinginan untuk merekomendasikan setelah berkunjung melalui ulasan OTA	Ordinal	2
	Minat Preferensial	- Keinginan berkunjung semakin kuat dan tidak tergantikan setelah melihat ulasan pada OTA	Ordinal	3
	Minat Eksploratif	- Keinginan untuk mencari tahu kebenaran informasi yang terdapat pada ulasan di OTA	Ordinal	4

Sumber: Olahan Peneliti 2019

1.7 Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah kuesioner. Menurut (Kusumah & Dwitagama, 2011), kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulakan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner ada dua macam yaitu kuesioner berstruktur atau bentuk tertutup dan kuesioner tidak berstruktur atau terbuka. Kuesioner tertutup berisikan pertanyaan yang disertai dengan pilihan jawaban. Kuesioner terbuka berisi pertanyaan yang tidak disertai dengan jawaban.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terbuka dan tertutup, dimana terdapat pertanyaan yang harus dijawab tanpa adanya pilihan dan juga terdapat pertanyaan yang sudah dipersiapkan jawabannya. Cara

pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan prosedur yaitu responden diberi kuesioner, kemudian setelah responden mengisi kuesioner, jawaban tersebut diketahui, diolah, dianalisa, dan dikumpulkan.

Cara penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti dengan membuat terlebih dahulu kuesioner di *google form* lalu akan mendapatkan link dari *google form*. Link tersebut isinya yaitu kuesioner yang telah peneliti buat lalu disebarikan pada tamu yang memenuhi syarat *purposive sampling* yang telah ditentukan sebelumnya.

Kuesioner penelitian ini berupa bentuk pendapat atas pernyataan yang diberi nilai dengan skala likert untuk jawabannya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (Sarwono, 2006). Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang contohnya dapat berupa seperti kata-kata dibawah ini:

- a. Sangat rendah
- b. Rendah
- c. Netral
- d. Tinggi
- e. Sangat Tinggi

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Dalam penelitian ini, ada yang menggunakan bentuk *checklist* dan menggunakan pilihan ganda. Setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner yang diisi responden responden sampel penelitian, maka dilakukanlah tahap selanjutnya yaitu memeriksa kembali kelengkapan jawaban angket responden yang sudah terkumpul, menerjemahkan hasil pernyataan

responden ke dalam skor yang telah ditentukan, kemudian selanjutnya data tersebut digunakan sebagai bahan untuk melakukan uji validitas dan realibilitas.

1.8 Uji Validitas dan Uji Relibilitas

(Sanusi, 2011) mengatakan bahwa agar data yang diperoleh mempunyai tingkatan akurasi yang tinggi dan konsistensinya yang tinggi, instrument penelitian yang digunakan harus valid dan reliable. Uji validitas dan realibilitas pada penelitian ini dilakukan pada 100 orang yang menggunakan aplikasi *online travel agent* untuk mencari informasi pada ulasan terkait Kamojang Green Hotel & Resort, Garut.

1.8.1 Uji Validitas

Pengujian instrumen penelitian sangat penting dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan, karena pengujian bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen telah memenuhi persyaratan baik ditinjau dari segi kesahihan/validitasnya. Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika instrumen penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008).

Sebuah instrumen dapat dikatakan sah apabila dapat mengukur apa yang diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006).

Adapun alat pengujian yang dipakai adalah rumus korelasi Product Moment Pearson sebagai berikut :

Untuk menentukan nilai korelasi, digunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dalam distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y

n = Banyak responden

Dimana:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan

Untuk menguji validitas setiap item maka skor-skor yang ada pada item yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor item dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai Y. Dengan diperolehnya indeks validitas setiap item dapat diketahui dengan pasti item-item manakah yang tidak memenuhi syarat ditinjau dan validitasnya. Berdasarkan informasi tersebut peneliti dapat mengganti ataupun merevisi item-item dimaksud. Bagi peneliti yang menginginkan pengujian terhadap item dapat dilakukan dengan mengkorelasikan item dengan skor total pada faktor.

Suatu item dikatakan valid apabila nilai r atau nilai korelasi antara skors item dengan totalnya menunjukkan koefisien yang signifikan, dikatakan signifikan apabila nilai r tabel dari item lebih kecil dari nilai r korelasi menggunakan tabel r untuk korelasi product moment dengan mengambil $\alpha = 0.05$ dan $n = 100$ maka didapat nilai $r_{\text{tabel}} = 0.431$, apabila terdapat pernyataan item yang tidak valid maka data yang didapat tidak bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3. 2

Hasil Uji Vailiditas Kuisoner Variabel X (*Electronic Word of Mouth*)

No	Pernyataan	R	R tabel	Ket
1	Sebelum melakukan kunjungan saya terlebih dahulu membaca beberapa ulasan pada OTA (<i>online travel agent</i> , contoh: traveloka, tripadvisor dan agoda)	0,476	0.431	Valid

2	Sebelum melakukan kunjungan saya mengumpulkan informasi yang sebanyak-banyaknya mengenai Kamojang Green Hotel dan Resort pada ulasan OTA	0,732	0.431	Valid
3	Melalui ulasan positif tamu pada OTA saya merasa terbantu untuk menetapkan keputusan berkunjung ke Kamojang Green Hotel dan Resort	0,754	0.431	Valid
4	Melalui rekomendasi dari ulasan tamu pada OTA saya merasa terbantu untuk menetapkan keputusan berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort	0,752	0.431	Valid
5	Melalui ulasan OTA saya terbantu untuk mendapatkan informasi mengenai produk dan jasa yang tersedia di Kamojang Green Hotel & Resort	0,619	0.431	Valid
6	Melalui ulasan OTA saya terbantu untuk mendapatkan informasi yang sebenarnya mengenai kualitas di Kamojang Green Hotel & Resort	0,704	0.431	Valid
7	Melalui ulasan OTA saya terbantu untuk mendapatkan informasi mengenai harga yang di tawarkan oleh Kamojang Green Hotel & Resort	0,626	0.431	Valid
8	Melalui ulasan OTA saya dapat mengetahui kepuasan seseorang yang	0,679	0.431	Valid

	berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort			
--	---	--	--	--

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

Berdasarkan tabel diatas diperoleh gambaran bahwa uji instrumen untuk variabel *elctronic word of mouth* , delapan item pertanyaan valid dan sehingga untuk semua pertanyaan tersebut dimasukkan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3. 3

Pengujian Validitas Variabel Y (Minat Berkunjung)

No	Pernyataan	r	r tabel	Ket
1	Saya ingin mengunjungi Kamojang Green Hotel & Resort setelah membaca ulasan pada OTA	0,570	0.431	Valid
2	Saya ingin mengunjungi Kamojang Green Hotel & Resort karena saya ingin memberikan ulasan di OTA terkait kunjungan saya ketempat tersebut.	0,859	0.431	Valid
3	Saya ingin berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort semakin kuat dan tidak tergantikan setelah melihat banyaknya ulasan terkait tempat tersebut di OTA	0,704	0.431	Valid
4	Saya ingin berkunjung untuk mencari tahu kebenaran informasi mengenai Kamojang	0,440	0.431	Valid

	Green Hotel & Resort yang terdapat pada ulasan di OTA			
--	---	--	--	--

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

Selanjutnya untuk variabel Y (Minat berkunjung) yang terdiri dari empat item pertanyaan dapat dilihat bahwa semuanya valid sehingga data bisa diteruskan ke analisis selanjutnya

1.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Jadi dengan kata lain bahwa Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, bila alat pengukur tersebut digunakan dua kali atau lebih, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten.

Setiap instrument seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, yaitu menghitung koefisien Alpha yang merupakan rata-rata dari koefisien belah dua yang dihitung untuk semua kemungkinan membelah dua item-item score, perumusannya adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right)$$

- Dimana α = Reliabilitas Instrument
 k = Banyak butir pertanyaan
 σ^2 = Varians Total

$\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

Seperti halnya koefisien validitas, (Balian, 1998) juga memberikan pedoman untuk koefisien reliabilitas, yaitu sebagai berikut :

+0.90 - +1.00	:	luar biasa bagus
+0.85 - +0.889	:	sangat bagus
+0.80 - +0.84	:	bagus
+0.70 - +0.79	:	cukup
Kurang dari 0.70	:	kurang, sehingga

Tabel 3. 4

Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Nilai Reliabel	Keterangan
1	<i>Electronic word of mouth</i> (X)	0,819	Reliabel
2	Minat berkunjung (Y)	0,703	Cukup Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2019

1.9 Teknik Analisis Data

1.9.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2012) yang menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah analisis 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.

Pada penelitian kali ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh *electronic word of mouth* pada *online travel agent* terhadap minat berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort, Garut dan analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu diantaranya adalah:

- a. Analisis deskriptif mengenai karakteristik pengguna *online travel agent* yang mencari informasi mengenai Kamojang Green Hotel & Resort, Garut.
- b. Analisis deskriptif mengenai pengaruh *electronic word of mouth* pada OTA terhadap minat berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort, Garut.

1.9.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Menurut (Jugiyanto, 2008), analisis regresi linier sederhana adalah salah satu analisis peramalan nilai variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y). Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Dalam penelitian kali ini variabel bebas (X) itu *electronic word of mouth*, sedangkan variabel terikat (Y) yaitu, minat berkunjung ke Kamojang Green Hotel & Resort, Garut.

a. Metode MSI (*Method Success Interval*)

Menurut (Sarwono, 2006), metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol; data kualitatif. Dalam contoh dibawah ini, misalnya:

Angka 1 mewakili “sangat rendah”

Angka 2 mewakili “rendah”

Angka 3 mewakili “netral”

Angka 4 mewakili “tinggi”

Angka 5 mewakili “sangat tinggi”

Penelitian ini menggunakan skala ordinal oleh karena itu harus dirubah dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratannya prosedur-prosedur tersebut. Semua data ordinal yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut (Al-Rasyid, 1994) untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil awaban responden pada setiap pertanyaan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan car membagi frekeusnsi dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- 5) Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$= \frac{(\text{Decinty At Lower Limit}) - (\text{Decinty At Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- 6) Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut:

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

Data yang telah berbentuk skala interval kemudian ditntukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

b. Garis Kontinum

Membagi daerah kategori kontimun menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah dengan langkah langkah sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = \text{ST} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

$$\text{Rendah} = \text{SR} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

Keterangan :

ST = Skor Tertinggi

SR = Skor Terendah

JB = Jumlah Butir

JR = jumlah responden

Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

5

Selanjutnya menentukan daerah kontinum tinggi, sedang, rendah dengan cara menambahkan selisih (R) dari mulai kontinum tinggi sampai rendah.

skor variabel *electronic word of mouth* (X) dan minat berkunjung (Y)

Tabel 3.

Garis Kontinum Variabel X dan Y

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------	--------	---------------

Sumber: (Sugiyono, 2013)

1.9.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh model regresi yang terbaik, dalam arti secara statistik adalah *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*, maka model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji normalitas, uji asumsi *heteroskedastisitas*, uji asumsi linieritas, dan uji hipotesis (Sulaiman, 2004).

a. Uji Normalitas

Salah satu syarat utama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang di ungkap oleh (Triton, 2005) yang menyatakan bahwa sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan jika lebih kecil dari 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogrov – Smirnov*. Uji *Kolmogrov – Smirnov* berdasarkan pada kriteria adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas > 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

Tabel 3. 5

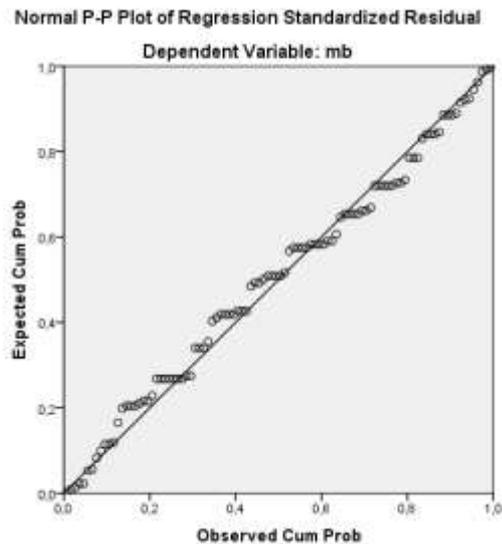
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99493668
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,066
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2019)



Sumber: Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik yang ada mengikuti garis dan mengikuti garis diagonal maka data dari penelitian ini berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas

Berdasarkan table 3.5 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200, nilai tersebut menunjukkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dikarenakan nilai asyp. Sig >0.05 $0,200 > 0.05$.

Dari kurva histogram , *P-P Plot of Regression* serta uji normalitas menggunakan test Kolmogorov-Smirnov maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mempunyai data yang berdistribusi normal dan dapat dilakukan uji regresi berganda.

b. Uji *Linieritas*

Asumsi linieritas menyatakan bahwa untuk setiap persamaan regresi linier, (Ashari & Santosa, 2005) menyatakan bahwa hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* harus saling linier. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah:

- 1) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier.
- 2) Jika nilai probabilitas >0,05 maka hubungan antara variabel X dan Y tidak linier.

Tabel 3. 6

Hasil Uji Linieritas

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148,184	1	148,184	53,552	,000 ^b
	Residual	271,176	98	2,767		
	Total	419,360	99			

a. Dependent Variable: mb
 b. Predictors: (Constant), e-wom

Sumber: Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil uji linieritas yaitu sebesar 0,000. Nilai tersebut termasuk kedalam syarat nilai linier yaitu < 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel (X) dan (Y) pada penelitian ini mempunyai hubungan yang signifikan atau linier.

c. Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedestisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksaaamn varian dari residual satu pengamata yang lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas,

untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengkolerasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya.

Model regresi yang baik adalah jika dalam hasil pengujian ini dinyatakan homogen atau homoskedastisitas. Karena jika homogeny maka data sesuai dengan apa yang dibahas dalam penelitian ini. Suatu regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membenntuk suatu pola.

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Gletser. Hasil dari uji Gletser pada penelitian ini dapat dilihat melalui table di bawah ini :

Tabel 3. 7

Hasil Uji Heteroskedestisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,627	1,574		2,940	,004
	e-wom	,345	,047	,594	7,318	,000

a. Dependent Variable: mb

Tabel 3. 7 dapat diketahui hasil dari uji gletser menunjukkan nilai signifikansi *electronic word of mouth* sebesar 0.000, hasil tersebut menunjukkan bahwa pada penelitian ini terjadi gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresk linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t (sebelumnya) (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi digunakan Uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya

intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah

Ho : Tidak ada autokorelasi ($r=0$)

H1 : Ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat pada tabel 3.8 Berikut:

Tabel 3. 8
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No Decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak Ditolak	$Du < d < 4 - du$

Sumber : (Ghozali, 2013)

Berikut hasil dari uji Watson yang dilakukan dengan menggunakan SPSS For Window 20 yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3. 9

Uji Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,594 ^a	,353	,347	1,66346	1,766

a. Predictors: (Constant), e-wom

b. Dependent Variable: mb

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,766, menggunakan perbandingan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 100 (n) dan jumlah variabel independen 1(K=1), maka berdasarkan tabel Durbin Watson diperoleh nilai dU sebesar 1.222. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson 1,766 lebih besar dari batas atas (dU) 1.852 dan kurang dari (4-dU) $4-1.8522 = 2.045$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

e. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut (Ghozali, 2013) analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Kegunaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah untuk meramalkan atau memprediksikan variabel terikat (X) *electronic word of mouth* dan adapun variabel bebas dalam penelitian ini (Y) minat berkunjung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas, sedangkan data yang akan dianalisis dengan regresi merupakan data kuantitatif, bentuk umum dari persamaan regresi merupakan data kuantitatif, bentuk umum dari persamaan regresi linier sederhana, variabel bebas ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Minat Berkunjung

X = Variabel *Electronic Word of Mouth*

a = Nilai Y bila X = 0 (harga konstanta)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka pada peningkatan atau pun penurunan variabel dependen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

f. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variabel *electronic word of mouth* (X) dan minat berkunjung (Y) dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Dimana apabila:

- 1) Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.
- 2) Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

Adapun tabel tentang pedoman koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel 3.10 dibawah ini:

Tabel 3. 10

Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2012)

g. Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji adalah *Electronic Word of Mouth* (X) terhadap Minat Berkunjung (Y), untuk menguji signifikan konstanta dari variabel X diperoleh dari uji t dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh variabel *electronic word of mouth* pada *online travel agent* terhadap variabel minat berkunjung di Kamojang Green Hotel & Resort.

H₁ : Terdapat pengaruh variabel *electronic word of mouth* pada *online travel agent* terhadap variabel minat berkunjung di Kamojang Green Hotel & Resort.