

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini meneliti pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di hotel Best Western Senayan. Dalam hal ini keputusan menginap diadopsi dari keputusan pembelian. Variabel yang diteliti terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang diharapkan dapat mempengaruhi variabel terikat dengan beberapa cara. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *electronic word of mouth* yang terdiri dari empat dimensi yaitu *E-WOM Quality*, *E-WOM Quantity*, *Source Credibility*, dan *Prior Knowledge*. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan menginap yang diadopsi dari keputusan pembelian dengan dimensi pilihan merek merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Adapun Unit analisis atau objek pada penelitian ini adalah tamu yang menginap di hotel Best Western Senayan dengan mencari ataupun mendapatkan informasi melalui internet.

Berdasarkan objek penelitian atau unit analisis penelitian tersebut, diharapkan peneliti mendapatkan temuan seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di hotel Best Western Senayan. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Sehingga metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*. Dengan memperoleh informasi dari sebagian populasi yang dikumpulkan langsung di tempat penelitian secara empirik mengenai objek yang sedang diteliti

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode tersebut dapat menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan dan sedang berlangsung, dengan cara mengumpulkan,

menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian dianalisis sesuai teori yang ada.

Metode deskriptif digunakan untuk mendapatkan tiga hasil yang akan dicari dalam penelitian ini, diantaranya adalah gambaran bagaimana strategi *electronic word of mouth* yang diterapkan oleh hotel Best Western Senayan, gambaran mengenai keputusan menginap di hotel Best Western Senayan, serta bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan menginap di hotel Best Western Senayan.

Sedangkan dengan metode verifikatif dalam penelitian ini akan diuji pengaruh *electronic word of mouth* terhadap tingkat keputusan menginap di hotel Best Western Senayan. Berdasarkan kedua jenis penelitian diatas maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey* yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Data pada penelitian yang menggunakan metode tersebut akan dikumpulkan langsung di lapangan secara empirik dengan tujuan mendapat informasi dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### **3.2.2 Operasional Variabel**

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *electronic word of mouth* (X), yaitu *E-WOM Quality* (X,1), *E-WOM Quantity* (X,2), *Source Credibility* (X,3), dan *Prior Knowledge* (X,4) dan keputusan pembelian (Y). Secara lebih rinci operasional masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Electronic word of mouth (X)</i>	<i>Electronic word of mouth is person to person which involves online reviews of good and services generated by internet users. Artinya electronic word of mouth adalah percakapan dari orang ke orang yang meibatkan ulasan online mengenai produk dan jasa yang dihasilkan oleh pengguna internet (Bandyopadhyay, 2016).</i>				
<i>E-WOM Quality (X1)</i>	Kualitas <i>E-WOM</i> berkaitan dengan karakteristik ulasan, komentar, atau tinjauan yang mempengaruhi manfaat yang dirasakan oleh pengguna (Bandyopadhyay, 2016)	<i>Atribute Base Review</i>	Tingkat variasi fasilitas yang terdapat dalam informasi mengenai hotel Best Western Senayan yang terdapat di media online.	Interval	3.1
			Tingkat variasi produk yang terdapat dalam informasi mengenai hotel Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.2
			Tingkat variasi harga yang terdapat dalam informasi Mengenai hotel Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.3
			Tingkat aksesibilitas hotel Best Wetern Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.4
		<i>Experience Base Review</i>	Tingkat kualitas pelayanan tamu menginap di hotel Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.5
			Tingkat kualitas berbagai fasilitas hotel Best Western Senayan yang tersedia di media onlnie.	Interval	3.6

			<i>Valence Review</i>	Tingkat <i>rating</i> suatu informasi mengenai Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.7
				Tingkat jumlah <i>view</i> atau rujukan terhadap suatu informasi mengenai Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.8
			<i>Elaborateness</i>	Tingkat kelengkapan ( <i>detail</i> ) informasi hotel Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.9
			<i>Tmeliness</i>	Tingkat pembaruan informasi ( <i>up to date</i> ) secara berkala mengenai hotel Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.10
<i>E-WOM Quantity (X2)</i>	Kuantitas <i>E-WOM</i> berkaitan dengan jumlah ulasan, komentar, atau tinjauan mengenai produk atau jasa (Bandyopadhyay, 2016)	Jumlah ulasan, komentar atau tinjauan di media online		Tingkat jumlah ulasan, komentar atau tinjauan mengenai hotel Best Western Senayan yang tersedia di media online.	Interval	3.11
				Tingkat intensitas tayang informasi mengenai hotel Best Western Senayan di media online.	Interval	3.12
<i>Source Credibility (X3)</i>	Kredibilitas sumber berkaitan dengan tingkatan kehandalan suatu media yang menampilkan informasi mengenai	<i>Type of forum</i>		Tingkat kepercayaan tamu terhadap informasi mengenai hotel Best Western Senayan berdasarkan jenis media yang menampilkan.	Interval	3.13

hotel Best Western Senayan.			Tingkat independensi informasi mengenai hotel Best Western Senayan yang tersedia media online.	Interval	3.14
			<i>Reviewer Identity Disclosure, Expertise, Reputation</i>	Tingkat identifikasi penulis informasi mengenai hotel Best Western Senayan yang terdapat di media online.	Interval 3.15
			Tingkat keahlian penulis informasi mengenai hotel Best Western Senayan yang terdapat di media online.	Interval	3.16
			Tingkat reputasi penulis informasi mengenai hotel Best Western Senayan yang terdapat di media online.	Interval	3.17
<b>Prior Knowledge (X4)</b>	Pengetahuan sebelumnya atau pengalaman yang telah dirasakan sebelumnya mengenai hotel Best Western Senayan (Bandyopadhyay, 2016)	Perbandingan antara pengalaman dan informasi yang didapat.	Tingkat pengetahuan sebelumnya mengenai hotel Best Western Senayan yang dimiliki tamu.	Interval	3.18
			Tingkat kecenderungan terhadap pengalaman/pengetahuan terdahulu dibandingkan ulasan, komentar atau tinjauan yang didapat dari media online.	Interval	3.19
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan (Kotler & Keller, 2016:198).				
			<i>Brand Choice</i>	Tingkat citra merek hotel Best Western Senayan.	Interval 3.20

		Tingkat kepopuleran hotel Best Western Senayan.	Interval	3.21
		Tingkat ketersediaan akses pemesanan hotel Best Western Senayan.	Interval	3.22
	<i>Dealer Choice</i>	Tingkat kemudahan dalam proses pemesanan dan registrasi ( <i>check in</i> ) di hotel Best Western Senayan.	Interval	3.23
		Tingkat keinginan memilih menginap di hotel Best Western Senayan pada hari-hari biasa.	Interval	3.24
	<i>Purchase Timing</i>	Tingkat keinginan memilih menginap di hotel Best Western Senayan moment khusus.	Interval	3.25
		Tingkat ketersediaan variasi produk yang di tawarkan hotel Best Western Senayan.	Interval	3.26
	<i>Purchase Amount</i>	Tingkat keinginan menginap lebih lama di hotel Best Western Senayan.	Interval	3.27
		Tingkat kemudahan dan variasi metode pembayaran	Interval	3.28
	<i>Payment Method</i>	Tingkat keinginan tamu membayar dengan non-tunai.	Interval	3.29

Sumber : Pengolahan Data, (2019)

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi. Sedangkan data sekunder

didapatkan dari pihak lain yang terlebih dahulu mengumpulkan dan menghimpun data yang disajikan dalam berbagai media seperti internet, *website*, perpustakaan, atau membeli dari perusahaan-perusahaan yang memang mengkhususkan diri untuk menyajikan data tersebut. Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan data dalam Tabel 3.2 berikut:

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

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia	Sukender	Badan Pusat Statistik Indonesia
2.	Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jakarta Berdasarkan Jalur Masuk	Sekunder	<i>statistik.jakarta.go.id</i>
3.	Beberapa Hotel Bintang 4 Di Senayan	Sekunder	Modifikasi penulis dari berbagai sumber
4.	Data <i>Room Availabe</i> , <i>Room Sold</i> , dan <i>Occupancy</i> , Di Hotel Best Western Senayan, Harris Fx Sduirman, Dan Century Park Tahun 2018	Sekunder	<i>Front Office Departement Best Western Senayan</i>
5.	Data <i>Room Availabe</i> , <i>Room Sold</i> , dan <i>Occupancy</i> , Di Hotel Best Western Senayan, Harris Fx Sduirman, Dan Century Park Tahun 2019	Sekunder	<i>Front Office Departement Best Western Senayan</i>
6.	Tanggapan Konsumen mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i> di hotel Best Western Senayan	Primer	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu yang menginap di Best Western Senayan
7.	Tanggapan Konsumen mengenai Keputusan menginap di hotel Best Western Senayan	Primer	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu yang menginap di Best Western Senayan

Sumber :Hasil Pengolahan Data, (2019)

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang mereservasi kamar secara online di hotel Best Western Senayan pada tahun 2018.

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH TAMU YANG MERESERVASI KAMAR SECARA ONLINE**  
**DI HOTEL BEST WESTERN SENAYAN**

Tahun	Jumlah
2018	14.250

Sumber : *Front Office Departement* Best Western Senayan, (2019)

#### 3.2.4.2 Sampel

Dalam penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan keseluruhan populasi untuk diteliti, hal ini disebabkan oleh adanya faktor waktu, biaya, tenaga, dan perijinan. Untuk itu diambil sampel dari objek yang telah ditentukan, dengan catatan sampel yang diambil tersebut mampu mewakili bagian yang lain yang akan diteliti atau bersifat representatif.

Berikut merupakan rumus perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yang dikemukakan oleh Tabachnick dan Fidel (2013:123):

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:  $m$  = jumlah variabel

$N$  = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 5$$

$$N \geq 109$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 109 responden.

#### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling*, sehingga teknik pengambilan sampel ini tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Secara spesifik teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana peneliti ingin mengambil sampel dengan kriteria



atau karakteristik tertentu untuk diteliti. Sehingga peneliti melakukan penelitian pada sampel yang memiliki karakteristik sebagai tamu individu yang menginap di Hotel Best Western Senayan dan mengetahui informasi mengenai Hotel Best Western Senayan dari internet.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara dalam pengadaan data dalam proses penelitian, karena yang terpenting dalam suatu penelitian ialah data. Data yang diperoleh dapat menggambarkan dan menjelaskan variabel-variabel yang diteliti serta membentuk hipotesis. Banyaknya data yang terkumpul dapat menguji kebenaran.

Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner ini berisikan pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden dan beberapa pertanyaan yang menggambarkan pengukuran indikator variabel X dan variabel Y. Kuesioner ini ditujukan bagi tamu individu yang menginap di Best Western Senayan.

#### 2. Studi Literatur

Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan adalah studi literatur, yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari beberapa buku atau jurnal, *home page* atau *website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### 3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan pihak terkait, dalam

hal ini pihak manajemen Best Western Senayan maupun tamu yang menginap di Best Western Senayan.

#### 4. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yaitu Best Western Senayan.

### 3.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Benar tidaknya data dapat menggambarkan variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, data mempunyai kedudukan penting dalam menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang dikatakan baik dalam penelitian haruslah memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Setelah semua data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat adakah pengaruh antara variabel *electronic word of mouth* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan “Uji Validitas dan Uji Realibilitas” untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.3.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan tertinggi karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Benar atau tidaknya suatu data sangat menentukan mutu dari hasil penelitian. Benar tidaknya data ditentukan dari baik atau tidaknya instrumen pengumpulan data.

Instrumen yang telah teruji validitas dan realibilitas belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Penelitian dapat

dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel *electronic word of mouth* sebagai instrumen variabel X dan keputusan menginap sebagai instrumen variabel Y. Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang ada di lapangan.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu 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.

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

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*
- $n$  = Jumlah sampel atau banyaknya responden
- $X$  = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- $Y$  = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X
- $\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y
- $\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*. Setelah keluar output dari pengujian langkah-langkah tersebut,

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan  $r$  tabel dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r$  hitung  $> r$  tabel.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel  $r$  hitung  $< r$  tabel.

Adapun dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *electronic word of mouth* yang terdiri dari *E-WOM Quality*, *E-WOM Quantity*, *Source Credibility*, dan *Prior Knowledge* sebagai variabel X dan keputusan menginap sebagai variabel Y. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti menggunakan program *SPSS Statistic 23 for windows*.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Electronic Word of Mouth</i>				
<b>A. <i>E-WOM Quality</i></b>				
1.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai fasilitas di Hotel Best Western Senayan	0,722	0,312	Valid
2.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenaiKeproduk-produk Hotel Best Western Senayan	0,820	0,312	Valid
3.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai harga kamar Hotel Best Western Senayan	0,812	0,312	Valid
4.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai lokasi Hotel Best Western Senayan	0,830	0,312	Valid
5.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai pengalaman menginap di Hotel Best Western Senayan	0,843	0,312	Valid
6.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai keunggulan/kekurangan Hotel Best Western Senayan	0,750	0,312	Valid

No.	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
7.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan yang bersifat positif maupun negatif	0,804	0,312	Valid
8.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai kepuasan tamu menginap di Hotel Best Western Senayan	0,760	0,312	Valid
9.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan dengan <i>rating</i> yang tinggi	0,832	0,312	Valid
10.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan dengan jumlah <i>view</i> yang banyak	0,747	0,312	Valid
11.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan dengan konten lengkap	0,785	0,312	Valid
12.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan secara tertulis/tekstual	0,638	0,312	Valid
13.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan yang <i>up to date</i>	0,772	0,312	Valid
14.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan yang paling baru	0,839	0,312	Valid
<b>B. <i>E-WOM Quantity</i></b>				
15.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan dengan jumlah yang banyak	0,940	0,312	Valid
16.	Kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan dengan intensitas dan variasi yang banyak	0,950	0,312	Valid
<b>C. <i>Source Credibility</i></b>				
17.	Kepercayaan terhadap sumber/media yang menampilkan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan	0,879	0,312	Valid

No.	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
18.	Kepercayaan terhadap sumber/media yang <i>independent</i> dalam menampilkan ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan	0,893	0,312	Valid
19.	Kepercayaan terhadap identitas pengulas Hotel Best Western Senayan	0,872	0,312	Valid
20.	Kepercayaan terhadap keahlian pengulas Hotel Best Western Senayan	0,897	0,312	Valid
21.	Kepercayaan terhadap reputasi pengulas Hotel Best Western Senayan	0,874	0,312	Valid
<b>D. <i>Prior Knowledge</i></b>				
22.	Pengetahuan sebelumnya mengenai Hotel Best Western Senayan	0,902	0,312	Valid
23.	Kepercayaan terhadap pengetahuan sebelumnya dibandingkan dengan informasi yang didapat mengenai Hotel Best Western Senayan	0,888	0,312	Valid
<b>Keputusan Menginap</b>				
<b>A. <i>Brand Choice</i></b>				
24.	Citra merek yang dimiliki hotel Best Western Senayan	0,754	0,312	Valid
25.	Popularitas yang dimiliki hotel Best Western Senayan	0,856	0,312	Valid
<b>B. <i>Dealer Choice</i></b>				
26.	Kemudahan tamu dalam menemukan media pemesanan ( <i>reservasi</i> ) kamar hotel Best Western Senayan	0,882	0,312	Valid
27.	Kemudahan tamu dalam melakukan registrasi/ <i>check in</i> di Best Western Senayan	0,796	0,312	Valid
<b>C. <i>Purchase Timing</i></b>				
28.	Keinginan menginap di hotel Best Western Senayan saat hari-hari biasa	0,691	0,312	Valid
29.	Keinginan menginap di hotel Best Western Senayan saat moment khusus	0,835	0,312	Valid

No.	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>D. Purchase Amount</b>				
30.	Ketersediaan variasi produk/paket menginap di hotel Best Western Senayan	0,849	0,312	Valid
31.	Keinginan menginap dalam waktu yang lama di hotel Best Western Senayan	0,757	0,312	Valid
<b>E. Payment Method</b>				
32.	Kemudahan dalam melakukan pembayaran di hotel Best Western Senayan	0,857	0,312	Valid
33.	Keinginan tamu memilih pembayaran non tunai di hotel Best Western Senayan	0,843	0,312	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (2019)

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil uji validitas menunjukkan bahwa angket kuesioner yang diuji kepada 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $40-2=38$ ), maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,312. Hasil pengujian validitas instrument penelitian memperlihatkan bahwa seluruh butir pertanyaan sebanyak 33 item dengan hasil yang valid karena skor  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,312). Diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi variabel X terdapat pada item kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan dengan intensitas dan variasi yang banyak dengan nilai 0,950, sedangkan nilai terendah adalah 0,638 pada item kemanfaatan informasi dalam ulasan/komentar/tinjauan mengenai Hotel Best Western Senayan secara tertulis/tekstual. Sama halnya dengan item pertanyaan pada dimensi variabel Y yang menunjukkan hasil valid dan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada item kemudahan tamu dalam menemukan media pemesanan (*reservasi*) kamar hotel Best Western Senayan 0,882 sedangkan nilai terendah adalah 0,691 pada item keinginan menginap di hotel Best Western Senayan saat hari-hari biasa.

### 3.3.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrument yang sudah dapat dipercaya (*reliable*) akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula.

Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2009, hlm 170)

Keterangan :  $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum \sigma b^2$  : Jumlah varian total  
 $\sigma_1^2$  : Varian total

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

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

Keterangan :  $n$  : Jumlah responden  
 $x$  : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sbagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* > 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* < 0,70 maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrument diuji kepada sebanyak 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $40-2=38$ ) dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23.0 for windows*, diketahui bahwa semua variabel *reliable* hal ini dikarenakan  $C\sigma$  masing-masing variable lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian pada tabel 3.4:

**TABEL 3.5 HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	C $\sigma$ hitung	Keterangan
1	<i>Electronic word of Mouth</i>	0,963	Reliabel
2	Keputusan Menginap	0,940	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, (2019)



Tabel 3.4 menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* menunjukkan  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,963 dan variabel keputusan menginap menunjukkan  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,940, sehingga kedua variabel tersebut dinyatakan realibel karena masing-masing memiliki nilai lebih besar dari nilai  $C\sigma_{minimal}$  yaitu 0,70.

### 3.4 Teknik Analisis Data

#### 3.4.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel tanpa perlu menguji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dari data mengenai *electronic word of mouth* (X), sedangkan untuk keputusan menginap (Y) sebagai variabel terikat di hotel Best Western Senayan.

Analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai *electronic word of mouth*.
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan menginap.

#### i. Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyusun data;  
Kegiatan ini untuk untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Tabulasi Data;  
Tabulasi data yang dilakukan;
  - a. Memberikan skor pada setiap item,

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item, dan
  - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
3. Menganalisis data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

4. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) yaitu *electronic word of mouth*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan menginap.

### 3.5 Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *electronic word of mouth* yang terdiri *E-WOM Quality* (X,1), *E-WOM Quantity* (X,2), *Source Credibility* (X,3), dan *Prior Knowledge* (X,4). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan menginap. Persamaan regresi linier berganda empat variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

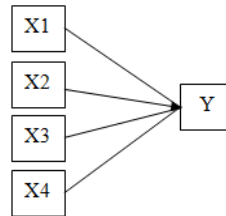
Keterangan : Y = Nilai variabel terikat yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu *E-WOM Quality* (X,1), *E-WOM Quantity* (X,2), *Source Credibility* (X,3), dan *Prior Knowledge* (X,4).) adalah variabel penyebab.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu *E-WOM Quality* (X,1), *E-WOM Quantity* (X,2), *Source Credibility* (X,3), dan *Prior Knowledge* (X,4) terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti :



GAMBAR 3.1  
REGRESI BERGANDA

Keterangan : X1 : *E-WOM Quality*

X2 : *E-WOM Quantity*

X3 : *Source Credibility*

X4 : *Prior Knowledge*

Y : Keputusan Pembelian

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

#### 1. Uji Asumsi Normalitas

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

#### 2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel

terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

### 3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya).

### 4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

### 5. Analisis Korelasi

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.6**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2012:184)

#### 6. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, X_3,$  dan  $X_4$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ) secara serentak. Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel  $X$  terhadap  $Y$ .  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun presentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

### 3.6 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan langkah terakhir dalam analisis data. Diperlukan teknik analisis data yang mampu memberikan keterangan yang bermanfaat serta menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini.

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat).

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan. Hipotesis yang diuji dalam rangka penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Jika  $t$  hitung  $\geq t$  tabel, maka  $H_a$  diterima, dan  $H_0$  ditolak

Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak

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

### 1. Secara Simultan

$H_0$  :  $PYX = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

$H_a$  :  $PYX \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus:

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

Keterangan: R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

n = Jumlah Anggota Sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

### 2. Secara Parsial

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dengan rumus:

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

Sumber: Sugiyono (2012:250)

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan mengingap.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan mengingap.

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-WOM Quality* terhadap keputusan menginap.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-WOM Quality* terhadap keputusan menginap.
2.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-WOM Quantity* terhadap keputusan menginap.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-WOM Quantity* terhadap keputusan menginap.
3.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Source Credibility* terhadap keputusan menginap.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Source Credibility* terhadap keputusan menginap.
4.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Prior Knowledge* terhadap keputusan menginap.  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Prior Knowledge* terhadap keputusan menginap.