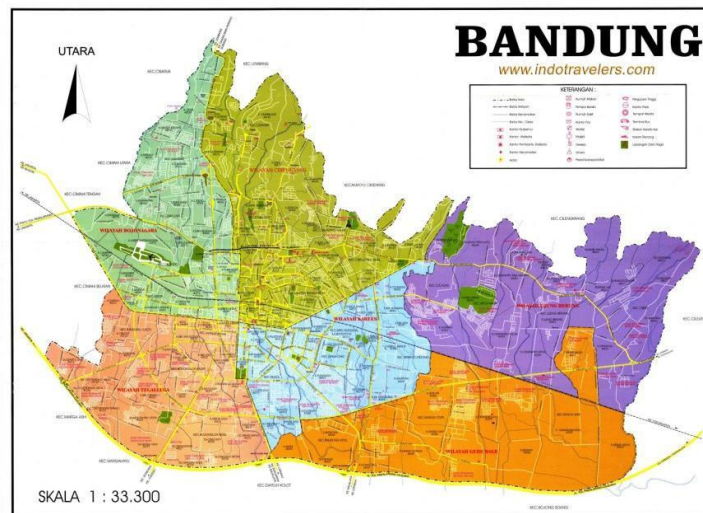


BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian



Gambar 3. 1 Peta Kota Bandung

Sumber: www.kotabandung.go.id

Kota Bandung merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat yang berada di pulau Jawa negara Indonesia. Secara geografis Kota Bandung terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibu kota Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung terletak di antara 1070 – 430 Bintang Timur dan 60 00 – 60 20 Lintang Selatan. Kota Bandung terletak pada ketinggian 768 meter di atas permukaan laut, titik tertinggi di daerah Utara dengan ketinggian 1.050 Meter dan terendah di sebelah Selatan adalah 675 Meter di atas permukaan laut.

Kota kembang merupakan sebutan lain untuk kota ini, karena pada zaman dulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana. Selain itu Bandung dahulunya disebut juga dengan “*Paris Van Java*”. Karna kota Bandung yang diibaratkan sebagai Paris nya Indonesia. Beragam keelokan ditawarkan bagi para pengunjung Bandung. Mulai dari wisata alamnya, wisata buatan, wisata belanja, bahkan mulai dikenal

wisata rohani yaitu di daerah Da'arut Tauhid. Wisata alam yang ada misalnya Situ, Cimangu, waduk Saguling, situ Patenggang, situ

Cileunca, Situ Ciburuy, Ciater, curug Cisarua, tangkuban Perahu, Kawah Putih, Penangkaran rusa Ranca Upas, Pemandian Air Panas cimanggu, Taman Hutan Raya Juanda, Curug Dago, Curug Cimahi. Jika wisata belanja yang jadi pilihan anda, mampirlah ke Factory Outlet yang sudah marak dan berada hampir di setiap pojok Bandung. Bahkan kini Factory Outlet ini mulai banyak berkembang menjadi lebih terfokus pada jenis barang tertentu. Selain “*Paris Van Java*”, Bandung juga mempunyai sebutan-sebutan lain diantaranya: ”Kota Konferensi Asia Afrika” dan “Kota Kembang”.

Sejak dibukanya Jalan Tol Cipularang, kota Bandung telah menjadi tujuan utama dalam menikmati liburan akhir pekan terutama dari masyarakat yang berasal dari Jakarta sekitarnya. Selain menjadi kota wisata belanja, kota Bandung juga dikenal dengan sejumlah besar bangunan lama berarsitektur peninggalan Belanda. Diantaranya Gedung Sate sekarang berfungsi sebagai kantor pemerintah provinsi Jawa Barat, Gedung Pakuan yang sekarang menjadi tempat tinggal resmi gubernur provinsi Jawa Barat, Gedung Dwi Warna atau Indische Pensioenfonds sekarang digunakan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia untuk Kantor Wilayah XII Ditjen Pembendaharaan Bandung, Villa Isola sekarang digunakan Universitas Pendidikan Indonesia, Stasiun Hall atau Stasiun Bandung dan Gedung Kantor Pos Besar Kota Bandung.

Kota ini memiliki beberapa kawasan yang menjadi taman kota, selain berfungsi sebagai paru-paru kota juga menjadi tempat rekreasi bagi masyarakat di kota ini. Kebun Binatang Bandung merupakan salah satu kawasan wisata yang sangat diminati oleh masyarakat terutama pada saat hari minggu maupun libur sekolah, kebun binatang ini diresmikan pada tahun 1933 oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda dan sekarang dikelola oleh Yayasan Margasatwa Tamansari.

Selain itu beberapa kawasan wisata lain termasuk pusat perbelanjaan maupun factory outlet juga tersebar di kota ini diantaranya, di kawasan Jalan Braga, kawasan Cihampelas, Cibaduyut dengan pengrajin sepatunya dan Cigondewah dengan pedagang tekstilnya. Puluhan pusat perbelanjaan sudah

tersebar di kota Bandung, beberapa di antaranya Istana Plaza Bandung, Bandung Indah Plaza, Paris Van Java Mall, Cihampelas Walk, Trans Studio Mall, Bandung Trade Center, Plaza Parahyangan, Balubur Town Square, dan Metro Trade Centre. Terdapat juga pusat rekreasi modern dengan berbagai wahana seperti Trans Studio Resort Bandung, Trans Studio Bandung, yang terletak pada lokasi yang sama dengan Trans Studio Mall.

3.2 Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) yang dimaksud dengan metode pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, 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, 2014:43). Pemilihan metode penelitian ini dianggap tepat oleh peneliti untuk menguji hipotesis mengenai fenomena *e-WOM* di media sosial yang sedang *trend* saat ini.

3.2.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah populasi orang yang pernah melihat postingan teman di media sosial terkait daya tarik wisata di kota Bandung. Menurut Hair et al (2006 : 112) penentuan jumlah sampel yang *representative* adalah bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, dapat dihitung dengan cara mengalikan

satu angka diantara 5 sampai 10 dikali jumlah indikator. Rumusnya adalah $(5-10) \times$ jumlah indikator. Maka akan didapatkan jumlah sampel sebanyak dibawah ini :

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= (5-10) \times \text{jumlah indikator} \\ &= 7 \times 13 \\ &= 91\end{aligned}$$

Dari rumus tersebut, didapatkan jumlah sampel sebanyak 91 sampel dan penulis bulatkan menjadi 100 sampel. Maka sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 100 responden.

3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel dalam penelitian ini, penulis memakai teknik *Non-Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2001). Menurut Margono (2004:128), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisa pengaruh *e-WOM* media sosial terhadap minat berkunjung ke daya tarik wisata kota Bandung. Maka, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, sampel yang digunakan yaitu orang yang mempunyai media sosial dan pernah melihat postingan teman di media sosial terkait daya tarik wisata di kota Bandung.

3.2.3 Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat variabel-variabel yang nantinya variabel tersebut akan menjadi suatu atribut atau sifat dari orang, atau kegiatan, hal ini sesuai dengan pernyataan Sugiyono (2009, hlm 59) yang menyebutkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti yang selanjutnya akan diimplementasikan lebih lanjut hasilnya. Pada penelitian ini variabel dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent variables*)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah *e-WOM* di media sosial (X). Karna berdasarkan pernyataan Di Virgillio dan Di Pietro (2013) bahwa jumlah orang yang beralih menggunakan internet untuk merencanakan liburan telah meningkat lebih dari 300% selama lima tahun terakhir. Kemudian Pantano et al., dalam De Virgillio dan Di Pietro (2013) mengungkapkan ulasan maupun postingan yang ditulis serta diunggah di internet mengenai destinasi maupun objek wisata sewcara khusus akan mengurangi beban kognitif dan resiko yang digunakan selama proses pengambilan keputusan serta mendukung traveller untuk membuat pilihan yang lebih baik. Dengan menggunakan 3 sub variable X, yaitu *Intensity, Valence of Opinion, Content* (Goyette et al. 2010).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variables*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berkunjung (Y). Dimana minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang tersebut (Suwarduki, dkk, 2016). Dengan menggunakan 4 indikator minat berkunjung (Ferdinand, 2002), yaitu Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif

3.2.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan secara rinci mengenai variabel, sub variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran dengan tujuan untuk memperoleh nilai variabel penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	SUBVARIABEL	INDIKATOR	SKALA	NO ITEM
<i>e-WOM</i>	<i>Intensity</i>	Frekuensi Mengakses : Tingkat seberapa sering	<i>Ordinal</i>	1

(Goyette et al. 2010)		mengakses informasi terkait daya tarik wisata di kota Bandung melalui media sosial		
		Frekuensi Berinteraksi : Tingkat seberapa sering berinteraksi dengan pengguna lainnya setiap kali membuka media sosial	<i>Ordinal</i>	2
		Frekuensi Upload Ulasan : Tingkat seberapa sering memposting ulasan di media sosial terkait daya tarik wisata kota Bandung	<i>Ordinal</i>	3
	<i>Valence of Opinion</i>	Komentar Positif dari Pengguna Medsos : Saya percaya dengan komentar positif yang tertera di medsos terkait daya tarik wisata kota Bandung	<i>Ordinal</i>	4
		Rekomendasi dari Pengguna Medsos: Rekomendasi mengenai daya tarik wisata kota Bandung yang disampaikan melalui medsos, membuat saya ingin mengunjunginya	<i>Ordinal</i>	5
	<i>Content</i>	Informasi Variasi: Adanya keberagaman bentuk penyajian informasi(seperti foto, video, dsb) yang didapat melalui medsos mengenai daya tarik	<i>Ordinal</i>	6
<i>e-WOM</i> (Goyette et al. 2010)				

		wisata di kota Bandung		
		Informasi Variasi: Terdapat beragam informasi di medsos mengenai daya tarik wisata kota Bandung	<i>Ordinal</i>	7
		Informasi Kualitas : Informasi yang terdapat di medsos mengenai daya tarik wisata di Bandung berkualitas	<i>Ordinal</i>	8
		Informasi Harga : Informasi mengenai harga tiket masuk ke suatu daya tarik wisata di Bandung tersedia di medsos	<i>Ordinal</i>	9
VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SKALA	NO ITEM
Minat Berkunjung (Ferdinand (2002:129))	Minat Transaksional	Saya ingin mengunjungi daya tarik wisata di kota Bandung setelah melihat ulasan terkait daya tarik wisata tsb di media sosial	<i>Ordinal</i>	10
	Minat Referensial	Saya ingin mengunjungi daya tarik wisata di kota Bandung karna saya ingin memberikan saran/review melalui medsos terkait tempat tsb berdasarkan pengalaman pribadi saya sendiri	<i>Ordinal</i>	11
	Minat Preferensial	Keinginan untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata di kota Bandung semakin kuat dan tidak tergantikan setelah melihatnya	<i>Ordinal</i>	12

		banyaknya ulasan terkait tempat tsb di media sosial		
	Minat Eksploratif	Saya ingin mencari tahu kebenaran informasi yang terdapat di media sosial mengenai daya tarik wisata di kota Bandung	<i>Ordinal</i>	13

Sumber : Hasil Olahan Penulis (2018)

3.3 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono 2012, Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan dari studi literatu dan website. Alat yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah kuesioner. Menurut Kusumah (2011:78), Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner ada dua macam yaitu kuesioner berstruktur atau bentuk tertutup dan kuesioner tidak terstruktur 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 tertutup, dimana pertanyaan tersebut sudah dipersiapkan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. 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 di lakukan oleh peneliti yaitu 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 disebar melalui media sosial seperti *Line*, *Whats Up* dan *Instagram* kepada orang-

orang 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, hlm. 96). Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap *item instrument* 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 menggunakan bentuk *checklist* dan ada yang menggunakan pilihan ganda. Setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner yang diisi 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.

Kemudian, karna skala likert adalah data ordinal sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana, maka membutuhkan data interval. Maka dalam mengkonversikan data ordinal menjadi interval diperlukan *Method Successive Interval* (MSI). Menurut Syarifudin Hidayat (2005:55) pengertian Method of Successive Interval adalah: "Metode penskalaan untuk menaikan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval". Proses pentransformasian data

ordinal menjadi data interval dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer yaitu Microsoft Office Excel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Untuk mengumpulkan data yang benar, maka mengecek kebenaran data agar validitasnya dapat terbukti. Jenis data terbagi atas data primer dan data sekunder (Wardiyanta, 2006:28). Maka dalam penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi lapangan

Observasi lapangan adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang menjadi objek penelitian. Fokus dalam penelitian ini adalah Bandung.

b. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan pada responden untuk diisi sendiri oleh responden. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah orang yang mempunyai media sosial dan pernah melihat postingan teman di media sosial terkait daya tarik wisata di kota Bandung. Kuesionernya berisi beberapa pertanyaan seputar *e-WOM* dan minat berkunjung ke daya tarik wisata di kota Bandung.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, yaitu penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Jadi data tersebut bukanlah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan data yang sudah di peroleh oleh peneliti lain atau dari berbagai sumber lain seperti studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang

berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. (Sugiyono, 2005).

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Informasi karakteristik responden pengguna media sosial	Primer	Responden
2.	Tanggapan pengguna media sosial mengenai <i>e-WOM</i>	Primer	Responden
3.	Tanggapan pengguna media sosial mengenai minat berkunjung ke daya tarik wisata di kota Bandung	Primer	Responden
4.	Data Mengenai Internet dan Media Sosial	Sekunder	Survei APJII.com & WeAreSocial.com

Sumber : Hasil olahan penulis (2018)

3.5 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Sanusi (2011:76) mengatakan bahwa agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi yang tinggi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan kepada 100 orang yang pernah melihat postingan teman di media sosial terkait daya tarik wisata di kota Bandung.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen (Suharsimi Arikunto (2010, hlm.

211)). Rumus untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

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

Dimana :

- r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Kriteria Uji jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dinyatakan valid. Dimana skor r tabel yang dianggap menjadi syarat minimum adalah jika $r = 0,361$. Setelah instrumen dinyatakan valid, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Tabel Koefisien Korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2009)

Pengujian validitas responden dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika r hitung $<$ r tabel

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Seringnya mengakses informasi terkait daya tarik wisata di kota Bandung melalui media sosial	0,577	0,256	Valid
2	Seringnya berinteraksi dengan pengguna lainnya setiap kali membuka media sosial	0,539	0,256	Valid
3	Seringnya memposting ulasan/review di media sosial terkait daya tarik wisata kota Bandung	0,596	0,256	Valid
4	Saya percaya dengan komentar positif yang terdapat di medsos terkait daya tarik wisata kota Bandung	0,698	0,256	Valid
5	Rekomendasi terkait daya tarik wisata kota Bandung yang disampaikan melalui medsos membuat saya ingin mengunjunginya	0,605	0,256	Valid
6	Bentuk penyajian informasi di medsos (seperti foto, video, dsb) terkait daya tarik wisata kota Bandung beragam	0,635	0,256	Valid
7	Terdapat beragam informasi di medsos mengenai daya tarik wisata kota Bandung	0,635	0,256	Valid
8	Informasi yang terdapat di medsos mengenai daya tarik wisata kota	0,721	0,256	Valid

	Bandung berkualitas			
9	Informasi mengenai harga tiket masuk ke suatu daya tarik wisata di Bandung tersedia di medsos	0,540	0,256	Valid

Sumber : Hasil olahan penulis (2018)

Berdasarkan tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas variabel *e-WOM* (X), terdapat 9 item pernyataan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan dari nilai *r* hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai *r* tabel = 0,256. Sehingga 9 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Saya ingin mengunjungi daya tarik wisata di kota Bandung setelah melihat ulasan terkait daya tarik wisata tersebut di media sosial	0,785	0,256	Valid
2	Saya ingin mengunjungi salah satu daya tarik wisata di kota Bandung karna saya ingin memberikan saran/review di medsos terkait kunjungan saya ke tempat tersebut di media sosial	0,767	0,256	Valid
3	Keinginan untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata di kota Bandung semakin kuat dan tidak tergantikan setelah melihat banyaknya ulasan terkait tempat tersebut di media sosial	0,782	0,256	Valid
4	Saya ingin mencari tahu kebenaran	0,716	0,256	Valid

	informasi yang terdapat di media sosial mengenai daya tarik wisata kota Bandung			
--	---	--	--	--

Sumber : Hasil olahan penulis (2018)

Berdasarkan tabel 3.6 mengenai hasil uji validitas variabel minat berkunjung (Y), terdapat 4 item pernyataan yang bernilai positif dan dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan dari nilai r hitung yang hasilnya lebih besar dari nilai r tabel = 0,256. Sehingga 4 item pernyataan tersebut dinyatakan layak dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2009, hlm 247), mengungkapkan bahwa, reabilitas menunjukkan suatu pengertian, yaitu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karna instrumen tersebut sudah baik. Sedangkan menurut Sugiyono (2010, hlm. 268), reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecahkan menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data dan apabila instrument sudah dapat dipercaya maka akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya. Pada penelitian kali ini untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus alpha atau cronbach's alpha (α), karena pada penelitian kali ini pertanyaan kuesioner menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 dan rumus alpha atau cronbach's alpha (α) dapat dilihat sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

33

Husein Umar (2010, hlm. 66)

Keterangan :

r_{11}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pertanyaan
σ^2	= Varian total
$\sum \sigma b^2$	= Jumlah varian butir pertanyaan

Untuk mengetahui jumlah varian butir pertanyaan menggunakan rumus :

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

Husein Umar (2010, hlm. 66)

Keterangan :

n	= Jumlah sampel
σ	= Jumlah varian
x	= Nilai skor yang dipilih (total nilai dari butir-butir pertanyaan).

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel.

Robert M. Kaplan (1993, hlm. 126) mengemukakan bahwa kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70. Bila koefisien reliabilitas telah dihitung, maka menentukan keeratan hubungan bisa digunakan dengan kriteria Guilford (1956), yaitu:

Kurang dari 0,20	: Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan
0,20 - < 0,40	: Hubungan yang kecil (tidak erat)

- 0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat
 0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)
 0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat
 1,00 : Hubungan yang sempurna

Tabel 3. 6 Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	C σ hitung	C σ minimal	Keterangan
1	e-WOM	0,777	0,70	Reliabel
2	Minat Berkunjung	0,738	0,70	Reliabel

Hasil Olahan Penulis (2018)

Berdasarkan tabel 3.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai alpha dari Variabel X adalah 0,777 dan nilai alpha variabel Y adalah 0.738. Maka menurut kriteria Guilford, hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian kali ini menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

3.6 Teknik Analisis Data

a. Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010, hlm. 147-148) 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 karakteristik minat berkunjung ke daya tarik wisata di kota Bandung. Maka, analisis data deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu diantaranya adalah :

- a) Analisis deskriptif mengenai karakteristik pengguna media sosial yang pernah melihat postingan teman di media sosial terkait daya tarik wisata di kota Bandung

- b) Analisis deskriptif mengenai pengaruh *e-WOM* di media sosial terhadap minat berkunjung ke daya tarik wisata di kota Bandung

b. Teknik Analisis Data Verifikatif

Menurut Hartono (2008, hlm. 93), 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) yaitu *e-WOM*, sedangkan variabel terikat (Y) yaitu minat berkunjung ke daya tarik wisata kota Bandung.

a) Metode MSI (*Method Success Interval*)

Menurut Jonathan Sarwono (2012, hlm. 250), 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 :

- 1) Angka 1 mewakili “sangat rendah”
- 2) Angka 2 mewakili “rendah”
- 3) Angka 3 mewakili “netral”
- 4) Angka 4 mewakili “tinggi”
- 5) Angka 5 mewakili “sangat tinggi”

Penelitian ini menggunakan skala ordinal, oleh karena itu harus diubah dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Semua data ordinal yang sudah terkumpul terlebih dahulu perlu diubah menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Harun Al-Rasyid (1994, hlm. 131) untuk melakukan transformasi data tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (ρ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi 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 berikut :

Scale Value

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

- 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 terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

b) Garis Kontinum

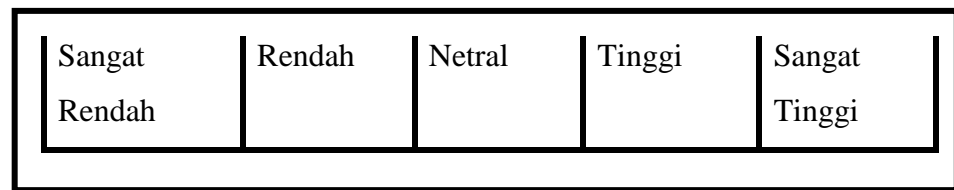
Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana hasil dari skala likert merupakan data ordinal. Menurut Hasan (2009, hlm. 21) data ordinal merupakan data yang berasal dari objek atau kategori yang disusun menurut besarnya, dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya, dengan jarak atau rentang yang tidak harus sama.

Data ordinal tersebut selanjutnya di buat skoring yang kemudian digambarkan melalui penggunaan tabel distribusi frekuensi untuk keperluan menganalisa data. Nilai numerikal tersebut dianggap sebagai objek dan selanjutnya melalui proses transformasi ditempatkan ke dalam interval. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya penulis membuat garis kontinum. Setelah mengetahui skor jumlah

indikator, skor tersebut diklasifikasikan dengan garis kontinum. Sebelumnya ditentukan dulu jenjang intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudjana (2005, hlm. 79) sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Dimana hasil dari Nilai Jenjang Interval (NJI) adalah interval untuk menentukan sangat baik, baik, cukup baik, buruk, atau sangat buruk dari suatu variabel. Berikut merupakan gambar garis kontinum:



Gambar 3. 2 Garis Kontinum

3.7 Uji Asumsi Regresi

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 (Wahid Sulaiman (2004, hlm. 88)).

3.7.1 Uji Normalitas

Triton (2005, hlm. 76) menyatakan bahwa sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti 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 *Kolmogorov – Smirnov*. Uji *Kolmogorov – Smirnov* berdasar 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. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.98169417
	Absolute	.093
Most Extreme Differences	Positive	.093
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2-tailed)		.359

Hasil Olahan Penulis (2018)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas seperti pada tabel 3.8 dapat dijelaskan nilai uji Kolmogorov – Smirnov untuk variabel *e-WOM* (X) dan variabel minat berkunjung (Y) memperoleh nilai 0,359 lebih besar dari 0,05. Maka kedua variabel tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi persyaratan untuk dilakukan pengujian regresi linier sederhana.

3.7.2 Uji Linieritas

Purbayu Budi Santosa dan Ashari (2005, hlm. 244) menyatakan bahwa hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* harus saling linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah :

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.

- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y tidak Linear.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			807.688	95	8.502	9.773	.019
MINAT	Between	Linearity	422.383	1	422.383	485.547	.000
BERKUNJUNG * E-WOM	Groups	Deviation from Linearity	385.304	94	4.099	4.712	.069
	Within Groups		3.480	4	.870		
Total			811.167	99			

Sumber : Hasil olahan penulis (2018)

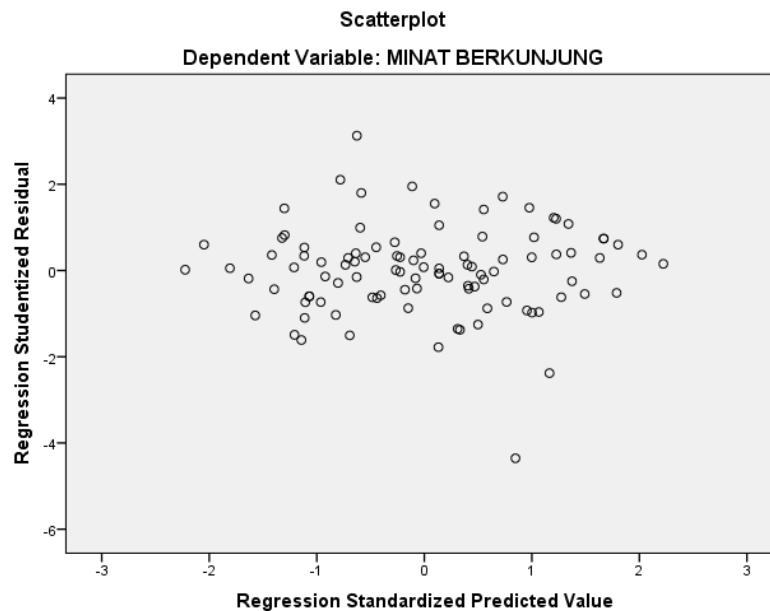
Berdasarkan tabel 3.9 diatas, Didapatkan Sig Deviation From Linearity adalah sebesar 0,69, yaitu lebih besar dari syarat minimum 0,05. Kemudian Fhitung 4,71 lebih kecil daripada Ftabel yang adalah 5,66 yang sebelumnya diperoleh dengan cara melihat df 94,4 di table nilai F0,05. Maka dari itu, disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variable e-WOM(X) dan variable minat berkunjung(Y).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut *homoskedastisitas*, untuk menguji ada tidaknya *heteroskedastisitas* dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residualnya.

Model regresi yang baik adalah jika dalam hasil pengujian ini dinyatakan homogen atau *homoskedastisitas* tidak terjadi *heteroskedastisitas* apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk suatu pola.

Gambar 3. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Tabel 3. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.038	.795		1.304	.195
	eom	.046	.038	.172	1.184	.239
	minat berkunjung	-.073	.070	-.153	-1.051	.296

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil olahan penulis (2018)

Berdasarkan gambar 3.3 dapat diketahui bahwa sebaran data residual di gambar scatter plot terlihat menyebar di sekitar angka 0 dan tidak tampak menyerupai sebuah pola tertentu yang mempunyai arti bahwa sebaran data sudah memenuhi persyaratan uji asumsi *heteroskedastisitas* ini. Kemudian pada table 3.10, diketahui bahwa nilai Sig variable *e-WOM* (X) sebesar 0,239 dan Sig variable minat berkunjung sebesar 0,296. Maka Sig kedua variable tersebut lebih

besar daripada 0,05 yang artinya tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

3.7.4 Uji Regresi Linier Sederhana

Gujarati (2003) mengatakan bahwa 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. Sedangkan Menurut Ridwan dan Akdon (2010, hlm. 133) regresi linier sederhana atau peramalan adalah salah satu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Kegunaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) minat berkunjung dan variabel bebas dalam penelitian ini (X) *e-WOM* di media sosial.

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

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Keputusan Berkunjung

X = Variabel media sosial

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.

3.7.5 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi variable *e-WOM* (X) terhadap variabel 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 table 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

Sumber : Sugiyono (2012)

3.7.6 Uji Hipotesis

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2007, hlm. 137), hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus di uji secara empiris. Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t hitung

dan t tabel yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student*, yaitu sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(n-2)}}$$

Keterangan :

t = Distribusi student

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria mengambil keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak