

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dipilih karena generasi milenial memiliki kecenderungan untuk pergi liburan ke Kota Bandung karena memiliki banyak obyek wisata dan wisata alam yang mempesona, selain itu Kota Bandung dianggap ramah bagi “kantong” generasi milenial dari sisi akomodasi, penginapan ataupun makanan (IDNResearchInstitute, 2019). Posisi Kota Bandung terletak pada kordinat 107° sampai 43°0 Bintang Timur dan 60° 00 sampai 6°20 Lintang Selatan. Berikut peta Kota Bandung:



**Gambar 3. 1 Peta Kota Bandung**

*Sumber: ppdbkotabandung.com*

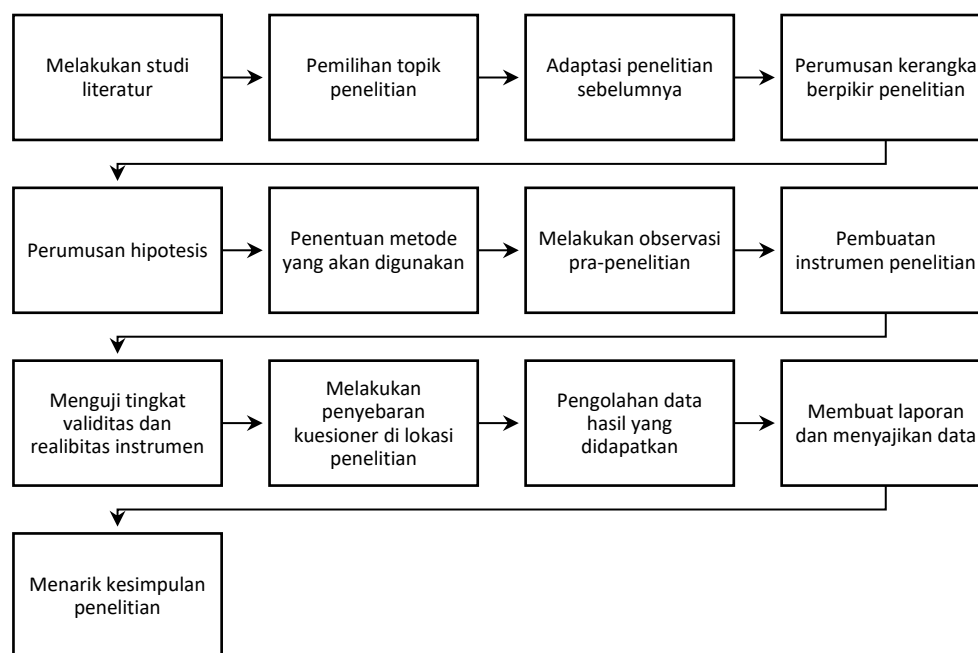
### 3.2 Desain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Timotius (2017) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan cara agar mendapatkan data atau fakta yang dapat digunakan untuk mendapatkan kepastian dan kecermatan jawaban dalam pernyataan penelitian. Sesuai dengan definisi metode kuantitatif berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk pengujian hipotesis yang bersifat kausal, kausal disini ialah hipotesis yang

menyatakan hubungan bersifat mempengaruhi antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian yang menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai media untuk mengumpulkan data.

Penelitian Timotius (2017) mengatakan penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memberikan uraian tentang suatu permasalahan atau suatu keadaan tertentu tanpa ada perlakuan terhadap objek yang di teliti serta secara alamiah yang terjadi di lapangan. Berdasarkan jangka waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu menggunakan metode *cross sectional* menurut Sekaran (2006) menyatakan bahwa studi yang dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan dalam periode harian, mingguan, atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Hermawan & Yusran (2017) *cross sectional* merupakan suatu penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus, merupakan hasil sekali bidik (*one snapshot*) pada saat yang sudah ditentukan.

Penelitian ini dimulai dengan melakukan *literature review* dari artikel jurnal yang dirasa berkaitan dengan topik penelitian yang akan diambil (Ayeh, 2015). Selanjutnya, peneliti menemukan topik yang cocok dan menentukan untuk mengadaptasi penelitian yang telah dilakukan oleh (Ayeh, 2015). Kemudian, peneliti memodifikasi metode penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya, seperti teknik pengambilan data, pengolahan data, dan penyajian data. Selanjutnya, peneliti akan melakukan observasi langsung untuk melihat fenomena atau objek yang diteliti. Setelah itu, peneliti membuat instrumen penelitian dan melakukan pra-penelitian untuk menilai kevalidan kuesioner penelitian. Setelah melakukan uji validitas kepada kuesioner, peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner dan pencarian data-data pendukung yang dilanjutkan dengan mengolah data, mereduksi data, menganalisis data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Berikut alur desain penelitian:



**Gambar 3. 2 Desain Penelitian**

*Sumber: Diolah Peneliti (2020)*

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Sebelum menentukan sampel, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai populasi dari yang hendak diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001).

Berdasarkan uraian diatas populasi yang digunakan pada penelitian ini dibatasi oleh batas administratif wilayah yaitu Kota Bandung. Populasi Manusia terdiri dari generasi milenial pengguna media sosial instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Kota Bandung. Sehingga ketika pengisian kuesioner responden dapat memberikan penilaian berdasarkan pada proses pengambilan keputusan menginap. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah jumlah tamu yang menginap di Kota Bandung yaitu sebesar 6.816.258 tamu (Badan Pusat Statistika, 2019). Data tersebut diperoleh dari hasil rekapitulasi jumlah wisatawan yang datang dan menginap di Kota Bandung pada tahun 2019.

### 3.3.2 Sampel

Sampel penelitian merupakan sebagian dari jumlah populasi (Sugiyono, 2016). Menurut Indrawati (2015) sampel adalah anggota-anggota yang terpilih untuk dilibatkan dalam penelitian, baik untuk diamati, diberi perlakuan, maupun dimintai pendapat tentang yang sedang diteliti. Pada penelitian ini kriteria pemilihan sampel adalah tamu (generasi milenial) yang pernah menginap di Kota Bandung dalam jangka waktu satu tahun terakhir serta aktif menggunakan media sosial instagram dan melakukan interaksi dengan pengguna lainnya. Generasi milenial yang dimaksud memiliki rentan usia minimal 16 tahun dan maksimal 38 tahun. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini, penulis menggunakan perhitungan Slovin dengan perhitungan seperti berikut:

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

Keterangan :

$n$  = ukuran sampel yang dibutuhkan

$N$  = ukuran populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penggunaan rumus tersebut, langkah pertama adalah menentukan batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang dinyatakan dalam presentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel dalam menggambarkan populasi. Pada penelitian ini batas kesalahan yang digunakan adalah 7% atau 0,07 yang berarti penelitian ini memiliki tingkat akurasi sebesar 93%.

Langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah sampel dari jumlah populasi yang ada. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 6.816.258 wisatawan yang menginap di Kota Bandung (Badan Pusat Statistika, 2019) sehingga perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{6.816.258}{1 + 6.816.258(0,07)^2}$$

$$n = \frac{6.816.258}{31,930}$$

$$n = 213,475 \neq 215 \text{ Sampel (dibulatkan)}$$

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini sampel diambil dengan cara *purposive sampling*, menurut Indrawati (2015) *pusposive sampling* adalah memilih anggota sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili atau dapat memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian. Pada penelitian ini kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

1. Responden merupakan generasi milenial dengan usia minimal 16 tahun dan maksimal 38 tahun.
2. Responden merupakan pengguna aktif media sosial instagram, melakukan interaksi dengan pengguna lainnya di dalam media sosial instagram.
3. Responden merupakan tamu yang pernah menginap di Kota Bandung selama satu tahun terakhir, agar hasil didapatkan sesuai dengan pengalaman yang pernah berkunjung ke hotel di daerah tersebut.

Penulis menargetkan mendapat 215 responden sesuai dengan sampel yang dibutuhkan. Penulis membuat kuesioner dengan menggunakan *google form* yang disebar melalui media sosial seperti *Line*, *Whatsapp*, *Twitter* dan *Direct Messeage Instagram*.

### 3.4 Variabel Penelitian

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 (Sugiyono, 2006). Pada penelitian ini variabel dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

#### 3.4.1 Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas pada penelitian ini adalah *user generated content* yang terdiri atas empat sub-variabel yaitu:

- a. Kemudahan (*ease of use*)
- b. Kegunaan (*usefulness*)
- c. Dapat di Percaya (*trustworthiness*)
- d. Pengetahuan (*expertise*)

### 3.4.2 Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat pada penelitian ini adalah pengambilan keputusan menginap, dan akan merekomendasikan teman atau kerabat saya pengaruh *user generated content* terhadap pengambilan keputusan menginap. Pengambilan keputusan menginap terbagi dari empat indikator sebagai berikut:

- a. *Flexibility*
- b. *Location*
- c. *Timing*
- d. *Social Consumption*

### 3.4.3 Operasional Variabel

Untuk memudahkan penelitian, peneliti akan menyajikan operasional variabel dalam penelitian ini dengan pembagian variabel dan indikator yang bertujuan untuk memisahkan antara hal yang akan diteliti dengan faktor pendukung berupa sub-variabel dan indikator alat ukur dari berbagai faktor.

**Tabel 3.1 Operasional Variabel *User Generated Content* dan Keputusan Menginap**

| Variabel   | Sub Variabel                               | Indikator   | Skala   |
|--|--|---|---------|
| <i>User Generated Content</i> (x)<br><i>User generated content</i> merupakan suatu sistem informasi yang melibatkan teknologi dan sumber informasi yang dapat digunakan oleh wisatawan dalam menyusun rencana perjalanannya. Ayeh (2015) | Kemudahan ( <i>ease of use</i> )           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Media sosial instagram dapat dipelajari dan digunakan dengan mudah.</li> <li>2. Media sosial instagram dapat digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan.</li> <li>3. Konten pada instagram dapat digunakan untuk membantu dalam membuat perencanaan perjalanan.</li> </ol> | Ordinal |
|  | Pengetahuan ( <i>expertise</i> )           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Content creator</i> memiliki banyak pengalaman menginap dihotel</li> <li>2. <i>Content creator</i> memiliki .pengetahuan yang luas mengenai perhotelan.</li> <li>3. <i>Content creator</i> memiliki kompetensi untuk memberikan saran pada saat memilih hotel.</li> </ol>      | Ordinal |
|  | Dapat Dipercaya ( <i>trustworthiness</i> ) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konten yang tersedia dapat diandalkan</li> </ol>  | Ordinal |

| Variabel   | Sub Variabel                      | Indikator   | Skala   |
|--|-----------------------------------|---|---------|
|  |                                   | 2. Konten yang tersedia dibuat dengan jujur<br>3. Konten yang tersedia dapat dipercaya<br>4. Konten yang tersedia dibuat secara sukarela  |         |
|  | Kegunaan<br>( <i>usefulness</i> ) | 1. Konten yang tersedia membantu perencanaan perjalanan menjadi efisien<br>2. Konten yang tersedia memudahkan dalam menentukan pilihan hotel.<br>3. Media sosial instagram menyediakan berbagai informasi hotel.  | Ordinal |
| Keputusan Menginap (y)<br>Perilaku pembelian konsumen merupakan proses kognitif penting yang mengarahkan atau mengatur banyak perilaku manusia dalam membeli barang/jasa.<br>Moore, et al (2012) | <i>Flexibility</i>                | 1. Kebebasan untuk memilih hotel mana yang mereka pilih untuk menginap di Kota Bandung.<br>2. Kemudahan untuk mengubah rencana mereka, hari/tanggal serta tipe kamar pada hotel tersebut.   | Ordinal |
|  | <i>Location</i>                   | 1. Lokasi hotel mudah untuk di jangkau.<br>2. Kemudahan untuk memperoleh transportasi publik.<br>3. Kemudahan untuk menjangkau destinasi wisata.  | Ordinal |
|  | <i>Timing</i>                     | 1. Keputusan untuk menginap pada saat <i>weekday</i> .<br>2. Keputusan untuk menginap pada saat <i>weekend/holiday</i> .<br>3. Keputusan untuk menginap pada saat ada suatu <i>event</i> di Kota Bandung.   | Ordinal |
|  | <i>Social Composition</i>         | 1. Keterlibatan kerabat atau keluarga dalam pengambilan keputusan pemilihan hotel .<br>2. Keterlibatan pendapat orang lain dalam pengambilan keputusan pemilihan hotel.<br>3. Tingkat kepercayaan dari rekomendasi orang lain terhadap hotel yang diinginkan. | Ordinal |

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Yoga Ramdani, 2021

**PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGINAP GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

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

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui kuesioner yang disebar menggunakan fitur *Google Form* melalui Instagram, Facebook, Line dan WhatsApp dan media sosial lainnya. Data ini berisikan penilaian dari sampel mengenai *user generated content*.
- b. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data ini diperoleh dari penelitian terdahulu, berita atau artikel mengenai *user generated content* dan pengambilan keputusan menginap

#### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini adalah beberapa cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian akan diolah melalui analisis secara deskriptif dan verifikatif. Tahapan mengumpulkan data penelitian yaitu sebagai berikut.

- a. *Literature Review*

Penelitian ini memerlukan beberapa teori para ahli untuk menguatkan penelitian, teori-teori tersebut peneliti dapatkan dari jurnal-jurnal penelitian yang terdapat di internet dan juga dari beberapa buku.

- b. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang berisi daftar pertanyaan terkait dengan penelitian yang akan dibagikan kepada responden untuk diisi. Pada penelitian ini kuesioner akan dibagikan kepada masing-masing individu yang mau melakukan pemesanan kamar untuk menilai mengenai *user generated content* terhadap pengambilan keputusan menginap.

- c. Publikasi survei dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

Mengirimkan pesan yang berisi pranala kepada calon responden melalui fitur *Direct Message* di Instagram, Line, WhatsApp dan media sosial lainnya. Mengirimkan pesan kepada teman yang peneliti yang tergolong generasi milenial serta aktif menggunakan media sosial Instagram. Penyebaran



dilakukan di media sosial dikarenakan Pandemi *Covid-19*, sehingga sulit untuk melakukan atau mendapatkan responden secara langsung.

#### d. Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah kuesioner. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup, dimana dalam setiap butir pertanyaan telah dipersiapkan pilihan jawabannya, sehingga reponden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya dari sangat tidak penting sampai dengan sangat penting. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap atau persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Jenis data yang digunakan merupakan skala ordinal dengan rentang 1-5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Sebelum melakukan penelitian peneliti melakukan pilot test kepada lima puluh responden. Jika instrumen reliabel dan valid maka akan dilanjutkan menyebar kuesioner kepada responden. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics 25.0* untuk mencapai hasil yang andal.

### **3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Kualitas instrumen penelitian atau alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif menentukan kualitas pengambilan datanya. Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan berkualitas dan dapat dipertanggung jawabkan apabila sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Saran dari responden sebagai sumber data dalam uji coba kuesioner dapat memperbaiki isi dan desain dari sebuah kuesioner, sehingga untuk kuesioner yang kurang baik dapat diperbaiki atau dihilangkan sebelum dibagikan kembali ke responden. Uji coba instrumen penelitian atau kuesioner meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Husaini & Akbar, 2008).

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Kuesioner yang akan digunakan diuji coba terlebih dahulu sebelum dilakukan pengambilan data dari responden. Menurut Sekaran (2006), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu.

Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kuesioner dikatakan valid apabila butir pertanyaan mampu digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh peneliti.

Uji validitas dilakukan menggunakan perangkat *IBM SPSS Statistics 25.0*. Uji validitas menggunakan SPSS dilihat dengan membandingkan nilai *Pearson Correlation* atau *r* hitung pada setiap butir pertanyaan dengan nilai *r* tabel sesuai jumlah responden. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel. Dalam hal ini, uji validitas dilakukan peneliti terhadap kuesioner variabel *user generated content* pada pengambilan keputusan menginap. Dalam perhitungannya, penelitian ini menggunakan perangkat *IBM SPSS Statistics 25.0* 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 korelasi suatu butir atau item
- XY* = Jumlah perkalian item dengan total item
- N* = Banyaknya responden (sampel) dari variabel *x*, *y*, dan hasil kuesioner
- X* = Jumlah skor untuk indikator *x*
- Y* = Jumlah skor untuk indikator *y*
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam`distribusi *Xr*
- $\sum Y$  = Jumlah skor`dalam distribusi *Yb*
- $\sum X^2$  = Jumlah`kuadrat dalam distribusi *Xm*
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam`distribusi *Y*

Dalam penelitian ini dilakukan uji coba terhadap 50 responden sebagai uji instrumen. Hasil uji validitas dapat dilihat pada hasil *r*-tabel yang diketahui *df* (*degree of freedom*) = *n*-2 dengan signifikansi 5% atau 0,05. Untuk *N*=50 didapatkan *df*=48 maka *R*=0,138.

Item pernyataan responden dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila *r*hitung > *r*tabel dan apabila *r*hitung < *r*tabel maka item pertanyaan atau pernyataan responden tidak dapat dikatakan valid.

Dibawah ini merupakan hasil dari pengujian validitas masing-masing pernyataan:

**Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel User Generated Content**

| NO                            | Pernyataan  | R Hitung | R table | Keterangan   |
|-------------------------------|---|----------|---------|--------------|
| <i>User Generated Content</i> |   |          |         |              |
| 1                             | Saya merasa media sosial instagram mudah untuk digunakan untuk mencari informasi hotel  | 0,633    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 2                             | Menurut saya media sosial instagram menyediakan berbagai konten buatan pengguna mengenai informasi hotel                                  | 0,694    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 3                             | Saya merasa konten buatan pengguna yang tersedia pada media sosial instagram dapat membantu saya untuk memenuhi kebutuhan informasi hotel | 0,783    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 4                             | Menurut saya media sosial instagram menyediakan berbagai pilihan informasi mengenai hotel   | 0,698    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 5                             | Menurut saya informasi konten buatan pengguna yang tersedia pada instagram dapat memudahkan saya dalam menentukan pilihan hotel           | 0,734    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 6                             | Saya merasa informasi konten buatan pengguna yang tersedia pada instagram membuat perencanaan perjalanan saya lebih efisien               | 0,730    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 7                             | Menurut saya informasi konten buatan pengguna yang tersedia pada media sosial instagram dapat diandalkan                                  | 0,762    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 8                             | Saya merasa konten buatan pengguna dibuat sesuai dengan kenyataan   | 0,777    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 9                             | Saya merasa informasi dari konten buatan pengguna dapat dipercaya.  | 0,809    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 10                            | Menurut saya konten buatan pengguna yang memberikan informasi hotel dibuat dengan sukarela.   | 0,812    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 11                            | Menurut saya <i>content creator</i> memiliki pengetahuan yang luas mengenai hotel.  | 0,754    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 12                            | Menurut saya <i>content creator</i> telah memiliki banyak pengalaman menginap di berbagai hotel.  | 0,726    | 0,138   | <b>Valid</b> |

Yoga Ramdani, 2021

**PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGINAP GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

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

| NO | Pernyataan   | R Hitung | R table | Keterangan   |
|----|--|----------|---------|--------------|
| 13 | Saya merasa <i>content creator</i> berkompeten untuk memberikan saran dalam memilih suatu hotel. | 0,758    | 0,138   | <b>Valid</b> |

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap**

| No                 | Pernyataan  | R Hitung | R Table | Keterangan   |
|--------------------|---|----------|---------|--------------|
| Keputusan Menginap |   |          |         |              |
| 1                  | Saya merasa bebas memilih hotel yang saya pilih untuk menginap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya.      | 0,554    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 2                  | Saya akan memilih hotel yang memberi kemudahan untuk <i>reschedule</i> rencana menginap saya.                   | 0,408    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 3                  | Saya akan memilih hotel yang letaknya strategis atau mudah dijangkau.   | 0,574    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 4                  | Saya akan memilih hotel yang dekat dengan transportasi publik dan fasilitas umum.                               | 0,612    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 5                  | Saya akan memilih hotel yang dekat dengan destinasi wisata.   | 0,500    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 6                  | Biasanya saya lebih memilih menginap di hotel pada saat <i>weekday</i> .  | 0,300    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 7                  | Biasanya saya lebih memilih menginap di hotel pada saat <i>weekend</i> atau <i>holiday</i> .                    | 0,347    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 8                  | Biasanya saya lebih memilih menginap di hotel pada saat adanya event atau pekerjaan.                            | 0,383    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 9                  | Sebelum memutuskan memilih suatu hotel, saya akan bertanya terlebih dahulu kepada teman, kerabat atau keluarga. | 0,560    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 10                 | Sebelum memutuskan memilih suatu hotel, saya akan melihat <i>review</i> hotel tersebut.                         | 0,524    | 0,138   | <b>Valid</b> |
| 11                 | Saya mempercayai pendapat, saran dan <i>review</i> orang lain pada saat memilih hotel.                          | 0,583    | 0,138   | <b>Valid</b> |

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Hasil pengujian validitas berdasarkan jawaban responden mengenai item pernyataan kuesioner variabel *User Generated Content* (X) dan Keputusan Mengingat (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi  $< 0.138$  dan  $r$  hitung  $> r$  tabel.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah indikator dalam kuesioner dikatakan valid dalam uji validitas, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Suatu data dapat dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama dalam waktu berbeda, atau jika dipecah menjadi dua akan menunjukkan data yang sama pula. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner secara berulang. Uji reliabilitas dilakukan setelah kuesioner dinyatakan valid melalui uji validitas.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan perangkat *IBM SPSS Statistics 25.0*. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir-butir pertanyaan pada variabel *user generated content* dan pengambilan keputusan mengingat. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Jika *Cronbach's Alpha* bernilai negatif atau kurang dari 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel. Jika kuesioner tidak reliabel maka harus dilakukan perbaikan dan penyebaran ulang kemudian diuji kembali validitas dan reliabilitasnya melalui *pilot test* kepada 50 responden. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan berikut merupakan tabel uji reabilitas

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas**

| No. | Variabel                      | Co Hitung | Co Minimal | Keterangan      |
|-----|-------------------------------|-----------|------------|-----------------|
| 1   | <i>User Generated Content</i> | 0,932     | 0,60       | <b>Reliabel</b> |
| 2.  | Keputusan Mengingat           | 0,634     | 0,60       | <b>Reliabel</b> |

*Sumber: Diolah Peneliti (2020)*

Pada penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan rentang dari 1 sampai 5. Uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan *software SPSS 25.0* terhadap seluruh pertanyaan yang valid secara terpisah. Terdapat total sebanyak 24 poin pertanyaan yang terbagi menjadi 13 point pernyataan *user generated content* dan 11 point pernyataan keputusan mengingat. Penelitian ini telah dilakukan uji reliabilitas, hasil

Yoga Ramdani, 2021

**PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGINAP GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

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

pengujian reliabilitas pada penelitian ini memperoleh hasil bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *user generated content* dan keputusan menginap adalah reliabel.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.1. Uji Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah uji normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan nilai residual normal. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel dependen, independen, atau keduanya bernilai residual normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji asumsi klasik normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria sebagai berikut,

- 1) Dinyatakan data berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$
- 2) Dinyatakan data berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,05$

#### 3.7.2. Uji Linearitas

Menurut Santosa & Ashari (2005) uji linearitas untuk menyatakan apakah hubungan antara setiap variabel linear. Pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu:

- 1) Hubungan antara variabel X dengan Y dikatakan linear jika nilai probabilitas  $> 0,05$
- 2) Hubungan antara variabel X dengan Y dikatakan tidak linear jika nilai probabilitas  $< 0,05$

#### 3.7.3. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* atau nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sedangkan jika *variance* atau nilai residual antara satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik harus memiliki sifat heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,5, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
- b) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

### **3.8 Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1 Analisis Data Deskriptif**

Menurut Supardi (2013) analisis deskriptif adalah statistika yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui kesimpulan berdasarkan fenomena yang terjadi didukung dengan adanya teori-teori yang telah didapatkan. Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif untuk mendapatkan rata-rata, korelasi, persentase dan sebagainya dari persepsi wisatawan mengenai variabel *user generated content* (X) dan keputusan menginap (Y). Peneliti menggunakan kuesioner yang masing-masing pernyataannya disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih oleh responden. Setiap jawaban memiliki nilai 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS), 2 untuk jawaban tidak setuju (TS), 3 untuk jawaban cukup setuju (CS), 4 untuk jawaban setuju (S) dan 5 untuk jawaban sangat setuju (SS). Menurut Ridwan & Kuncoro (2017) jawaban responden variabel X dan Y, dibentuk garis kontinum untuk menunjukkan posisi tanggapan responden berdasarkan klasifikasi tiap variabel penelitian. Dari jawaban yang didapatkan kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap pertanyaan. Kriteria penilaian untuk setiap pertanyaan didasarkan oleh langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Melakukan rekapitulasi data hasil tanggapan responden dari kuesioner. Penelitian ini memiliki 215 responden, nilai skala terendah yaitu (1) dan nilai tertinggi yaitu (5).
- b. Menghitung nilai skor ideal dengan nilai skor terendah.
- c. Jumlah responden adalah 215 orang dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5, sedangkan skala pengukuran terkecil adalah 1.

d. Presentase adalah nilai total butir pertanyaan dibagi dengan nilai frekuensinya dikali 100% Sehingga diperoleh perhitungan nilai rentang sebagai berikut:

- 1) Jumlah kumulatif terkecil ( $215 \times 1$ ) = 215
- 2) Jumlah kumulatif terbesar adalah ( $215 \times 5$ ) = 1.075
- 3) Nilai presentase terkecil adalah ( $215:1.075$ ) x 100% = 20%
- 4) Nilai presentase terbesar adalah ( $1.075:1.075$ ) x 100% = 100%
- 5) Nilai rentang atau interval adalah ( $100\% - 20\% : 5$ ) = 16%

Berdasarkan hasil nilai rentang maka dapat diperoleh kategori interpretasi skor sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Kategori Persentase**

| No. | Presentase        | Kategori Presentase |
|-----|-------------------|---------------------|
| 1.  | 20%-36%           | Sangat Rendah       |
| 2.  | 36%-52%           | Rendah              |
| 3.  | 52%-68%           | Sedang              |
| 4.  | 68%-84%           | Tinggi              |
| 5.  | $\geq 84\%-100\%$ | Sangat Tinggi       |

*Sumber: Diolah Peneliti (2020)*

### 3.8.2 Analisis Data Verifikatif

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

- a. Menyusun data; kegiatan ini untuk untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
- b. Tabulasi Data; tabulasi data yang dilakukan adalah sebagai berikut.
- c. Memberikan skor pada setiap pertanyaan
- d. Menjumlahkan skor pada setiap pertanyaan
- e. Menyusun *ranking* skor pada setiap variabel penelitian.
- f. Menganalisis data; proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
- g. Pengujian Hipotesis; proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji t.



### 3.8.3 *Method of Successive Interval* (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal maka semua data yang telah terkumpul terlebih dahulu diubah menjadi data interval. Karena teknik analisis data selanjutnya yaitu metode korelasi dan regresi yang harus menggunakan data interval. Maka untuk mengubahnya penulis menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

### 3.8.4 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mungkin benar ataupun salah. Jika salah maka hipotesis ditolak dan jika benar maka hipotesis akan diterima (Bagus & Eka, 2012). Adapun dugaan/hipotesis sementara yang digunakan antara lain:

$H_0 : P = 0$  , artinya *user generated content* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menginap.

$H_a : P \neq 0$  , artinya *user generated content* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menginap.

Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima penulis menggunakan uji t, dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah sebesar 0,05 atau 5%. Adapun dasar dari pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear digunakan pada penelitian ini dengan tujuan untuk memprediksi pengaruh dari setiap variabel. Maka dari itu, analisis regresi digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu *user generated content* terhadap variabel dependen (Y) yaitu pengambilan keputusan menginap. Analisis Regresi Linier dilakukan menggunakan perangkat *IBM SPSS Statistics 25.0* dengan persamaan umum sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

a = Angka konstan dari unstandardized.

B = Angka koefisien regresi penentu prediksi yang menunjukan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

Y = Subyek variabel yang diproyeksikan (pengambilan keputusan menginap)

X = Variabel bebas (*user generated content*)

### 3.8.6 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui atau mengukur besarnya persentase kontribusi dari variabel yaitu *user generated content* (X) terhadap keputusan menginap (Y) dengan rumus koefisien determinasi (kd) yaitu:

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

Keterangan:

KD : koefisien determinasi

r : koefisien korelasi

Untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y) maka digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu yang dapat dilihat dalam tabel di bawah ini

**Tabel 3. 6 Interval Koefisien**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Pengaruh</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0% - 19,99%               | Sangat Rendah           |
| 20% - 39,99%              | Rendah                  |
| 40% - 59,99%              | Sedang                  |
| 60% - 79,99%              | Tinggi                  |
| 80% - 100%                | Sangat Tinggi           |

*Sumber: Diolah Peneliti (2020)*