

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan ilmiah untuk memperoleh data yang akurat dengan tujuan menemukan, menciptakan, dan mengkonfirmasi informasi tertentu yang selanjutnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan meramalkan masalah dalam penelitian (M. Sugiyono 2012). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam hubungannya dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif, yang sering disebut dengan penelitian positivis, menekankan pada pengujian gagasan dengan mengukur variabel penelitian menggunakan angka dan menganalisis data dengan pengolahan statistik (Sugiarto, 2015). Resseffendi (2010:33) mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang meliputi observasi, wawancara, atau angket tentang situasi terkini dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti. Kami mengumpulkan data menggunakan kuesioner dan metode lain untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan. Melalui penelitian deskriptif ini peneliti akan memaparkan yang sebenarnya terjadi mengenai keadaan sekarang ini yang sedang diteliti.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain survey. Desain penelitian survey yaitu prosedur penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk memperoleh dan mendeskripsikan sikap, perilaku, dan karakteristik dari populasi yang diperoleh melalui sampel dalam populasi (Creswell, 2012). Jenis survey yang digunakan adalah *cross sectional design* yaitu desain penelitian yang mengumpulkan data pada satu waktu kepada sampel yang telah ditentukan (Creswell, 2012).

3.1.2 Definisi Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh ulasan *online* pada OTA terhadap keputusan pembelian dalam memilih Novotel Hotel Bandung untuk menginap. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu ulasan *online* sebagai variabel bebas atau variabel independent (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat atau variabel dependent (Y).

Menurut Sugiyono (2012:58) operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yang digunakan, yaitu:

1. Variabel Ulasan *Online*

Variabel ulasan *online* menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel keputusan pembelian. Data yang menjadi variabel ulasan *online* adalah indikator – indikator ulasan *online* seperti kebermanfaatan, keyakinan, kelengkapan, kualitas dan kuantitas ulasan yang menjadi ukuran dalam pengujian variabel.

2. Variabel Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel ulasan *online*. Data yang menjadi variabel keputusan pembelian adalah indikator – indikator keputusan pembelian seperti identifikasi masalah, pencarian informasi, keputusan dan kepuasan yang menjadi ukuran dalam pengujian variabel.

Berdasarkan definisi operasional yang telah dijelaskan, berikut tabel operasionalisasi variabel yang ditunjukkan pada tabel 3.1:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan	Skala
1	Ulasan <i>online</i> (x)	1. <i>Perceived Usefulness</i>	a) Kebermanfaatan b) Kemampuan meyakinkan	(1.a) Ulasan pada OTA membantu saya memperoleh gambaran tentang Novotel Hotel Bandung. (1.a) ulasan pada OTA membantu saya mendapat informasi terbaru mengenai Novotel Hotel Bandung. (1.b) ulasan pada OTA membuat saya yakin untuk memilih Novotel Hotel Bandung.	Ordinal
		2. <i>Source Credibility</i>	a) Keyakinan pada kualifikasi sumber informasi	(2.a) Saya yakin penulis ulasan pada OTA adalah tamu yang pernah menginap di Novitel Hotel Bandung (2.a) Saya yakin penulis ulasan pada OTA menulis pengalaman menginap yang sebenarnya	Ordinal

		<i>3. Argument Quality</i>	a) Kelengkapan informasi dalam ulasan b) Konsistensi c) Akurat	(3.a) Ulasan yang lengkap dan memadai membuat saya percaya bahwa informasi tersebut berkualitas. (3.b) Ulasan satu sama lainnya saling mendukung (3.a) Ulasan pada OTA berisi informasi tentang pengalaman menginap di hotel dan bukan hal yang lain	Ordinal
		<i>4. Review Valence</i>	a) Keyakinan pada rating yang diberikan	(4.a) Rating yang diberikan penulis ulasan pada OTA menggambarkan tingkat pengalaman menginap yang positif/negatif	Ordinal
		<i>5. Quantity of Review</i>	a) kuantitas ulasan	(5.a) Banyaknya ulasan yang dapat menjadi pertimbangan dalam memilih Novotel Bandung.	Ordinal
2	Keputusan Pembelian (y)	<i>1. Problem Recognition</i>	a) Identifikasi masalah	(1.a) Saya memilih Novotel Hotel Bandung karena sesuai dengan kebutuhan saya.	Ordinal
		<i>2. Information Search</i>	a) Pencarian Informasi	(2.a) Saya membaca terlebih dahulu ulasan sebelum memilih untuk menginap di Novotel Hotel Bandung	Ordinal
		<i>3. Evaluation of Alternative</i>	a) Alternatif pilihan	(3.a) Saya membandingkan Novotel Hotel Bandung dengan hotel bintang 4 lain di Kota Bandung melalui ulasan pada OTA	Ordinal
		<i>4. Purchase Decision</i>	a) Keputusan	(4.a) Setelah mendapatkan informasi yang saya butuhkan, saya memutuskan untuk memilih Novotel Hotel Bandung untuk menginap.	Ordinal
		<i>5. Postpurchase Behaviour</i>	a) Kepuasan	(5.a) Saya akan menginap lagi di Novotel Hotel Bandung karena pengalaman menginap yang saya terima sesuai dengan yang saya harapkan	Ordinal

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun instagram @novotelbandung yang pernah menginap di Novotel Bandung yang berjumlah 7.315 terhitung 1 September 2022.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dalam hal ukuran dan komposisi. Pengukuran sampel adalah suatu tahapan dalam melakukan penelitian terhadap suatu objek yang menentukan besar kecilnya sampel yang diperoleh. Statistik atau perkiraan penelitian dapat digunakan untuk menghitung ukuran sampel. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga sampel yang terkumpul benar-benar dapat berfungsi atau menjelaskan status populasi saat ini, dengan kata lain harus representatif atau mewakili. (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan pengertian diatas bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu jumlah *followers* akun instagram @novotelbandung yang pernah menginap di Novotel Bandung. Penghitungan sampel ini dilakukan menggunakan rumus Tabachnic dan Fidell (2011) sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8. m$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

m = Jumlah variabel independen

Berdasarkan rumus Tabachnic dan Fidell (2011) yang digunakan untuk mengukur sampel dalam penelitian ini, maka dapat dihitung jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8. m$$

$$N \geq 50 + 8.5$$

$$N \geq 50 + 40$$

$$N \geq 90$$

Dari perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini yaitu ≥ 90 , maka peneliti memutuskan untuk mengambil 100 sampel. Sampel tersebut merupakan *followers* akun instagram @novotelbandung yang pernah menginap dan menggunakan OTA sesuai dengan *guest history* yang didapatkan dari Novotel Bandung.

3.2.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menenukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* sebagaimana yang dijelaskan oleh Sugiyono (2016) bahwa *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi sampling sistematis kuota, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball.

Berdasarkan jenis – jenis teknik *Non Probability sampling* tersebut, maka metode sampling yang dipilih untuk penelitian ini adalah Purposive Sampling. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa purposive sampling adalah sebuah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Persyaratan purposive sampel dalam penelitian ini adalah responden yang merupakan *followers* akun instagram @novotelbandung yang pernah menginap di Novotel Bandung dengan cara melakukan reservasi *online* menggunakan *Online Travel Agent (OTA)*.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian yang dilakukan. Kuesioner ini akan disebar kepada responden penelitian yang dimana adalah *followers* akun instagram @novotelbandung tamu yang pernah menginap dan menggunakan OTA sebagai panduan untuk melihat ulasannya. Peneliti akan menyebarkan kuesioner secara online melalui instagram dengan cara mengirimkan *direct message* kepada responden yang merupakan *followers* akun instagram @novotelbandung dengan panduan *guest history* yang berasal dari reservasi Novotel Bandung. *Guest History* ini mencakup nama responden dan jenis reservasi yang dilakukan oleh responden seperti walk in, OTA, Group, Accor+ ataupun website hotel. Berdasarkan hal tersebut peneliti menggunakan data tersebut untuk melihat nama dan reservasi melalui OTA untuk menentukan responden yang akan mengisi kuesioner dengan cara menyebarkan melalui instagram. Tahapan pengumpulan data yang pertama dilakukan memberikan kuesioner kepada responden lalu menunggu jawaban dari responden, setelah itu mengolah data kuesioner dan melakukan penyimpulan.

Skala Likert digunakan sebagai pilihan respon responden saat mengisi kuesioner terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Skor yang diberikan untuk masing masing pertanyaan adalah:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Pernyataan	Tolak Ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Karena hasil data skala *likert* merupakan data ordinal sedangkan proses analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana membutuhkan data interval, maka data yang terkumpul akan diubah terlebih dahulu kedalam data interval menggunakan *Method Successive Interval* (MSI).

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data baru yang dikumpulkan untuk membantu penyelesaian masalah dalam penyelidikan atau penelitian (McDaniel Jr & Gates, 2018). Menurut Sekaran & Bougie (2016) data primer merupakan sebuah data yang dikumpulkan secara langsung untuk analisis, selanjutnya digunakan dalam mencari solusi terhadap masalah yang sedang diteliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari jawaban kuesioner yang disebar peneliti mengenai pengaruh ulasan *online* pada OTA terhadap keputusan memilih Novotel Bandung.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut McDaniel Jr & Gates (2018) data sekunder adalah data yang dikumpulkan berupa variabel, symbol atau konsep yang dapat mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai. Sekaran & Bougie (2016) data sekunder merupakan data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Data sekunder ini dapat diperoleh dari laporan data, statistik, dan sensus yang berasal dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data

No	Jenis Data	Sumber Data
Data Primer		
1.	Tanggapan tamu mengenai ulasan <i>online</i> pada OTA	Penyebaran kuesioner pada tamu yang pernah menginap di Novotel Bandung
2.	Tanggapan tamu mengenai Keputusan Memilih Novotel Bandung	Penyebaran kuesioner pada tamu yang pernah menginap di Novotel Bandung
Data Sekunder		
1.	Persentase jumlah hotel dan kamar hotel di Kota Bandung tahun 2018	Portal Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
2.	Persentase tingkat hunian hotel Kota Bandung tahun 2021	Portal Data Kota Bandung
3.	Data <i>Occupancy</i> Novotel Bandung tahun 2017 - 2021	Sales Marketing Novotel Bandung
4.	Data jumlah reservasi tamu Novotel Bandung tahun 2017 - 2021	Reservasi Novotel Bandung

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara – cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan – keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (D. Sugiyono, 2013:224). Dalam penelitian ini cara untuk memperoleh data dan informasi untuk kebutuhan analisis dengan teknik sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Merupakan metode pengumpulan data primer mengenai perilaku manusia serta berbagai fenomena kegiatan bisnis tanpa mengajukan pertanyaan atau interaksi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti khususnya ulasan *online* Novotel Hotel Bandung.

3.5.2 Studi Kepustakaan

Berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari ulasan *online*

dan keputusan pembelian. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.5.3 Kuesioner

Survei merupakan metode riset menggunakan kuesioner sebagai instrument dalam pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sekumlah responden yang dianggap memiliki populasi tertentu. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai ulasan *online* dan keputusan memilih untuk menginap di Novotel Hotel Bandung.

3.6 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data. Uji validitas menyatakan bahwa instrument yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian dapat digunakan atau tidak. Sugiyono (2012:122) menyatakan bahwa instrumen yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mencari nilai validitas dalam sebuah item yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan total item – item tersebut. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat maka item tersebut tidak akan diteliti. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Product Moment Pearson*. Menurut Sugiyono (2013:284) rumus *Product Moment Pearson* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
- ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X
- ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y
- ΣX^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- ΣY^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- ΣXY = Jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y
- N = Banyaknya responden

Menurut (Sugiyono, 2015) penilaian validitas memiliki taraf signifikansi jika r tabel $>$ r hitung, maka dapat dikatakan item yang diteliti dalam instrumen tersebut valid. Jika r tabel $<$ r hitung, maka item yang diteliti dikatakan tidak valid. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% atau

0,05 dan mengacu pada rumus $df = n-2$, $df = 30 - 2 = 28$, maka didapat nilai r tabel sebesar 0,361.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 22 diperoleh hasil uji validitas dari item pernyataan yang diteliti. Berikut hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.4:

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Ulasan Online dan Keputusan Memilih

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Ulasan Online (X)				
1.	Ulasan <i>online</i> pada OTA membantu saya memperoleh gambaran tentang Novotel Hotel Bandung	0.482	0.361	Valid
2.	Ulasan pada OTA membantu saya mendapat informasi terbaru mengenai Novotel Hotel Bandung	0.639	0.361	Valid
3.	Ulasan pada OTA membuat saya yakin untuk memilih Novotel Hotel Bandung	0.761	0.361	Valid
4.	Saya yakin penulis ulasan pada OTA adalah tamu yang pernah menginap di Novotel Hotel Bandung	0.608	0.361	Valid
5.	Saya yakin penulis ulasan pada OTA menulis pengalaman menginap yang sebenarnya	0.803	0.361	Valid
6.	Ulasan yang lengkap dan memadai membuat saya percaya bahwa informasi tersebut berkualitas	0.807	0.361	Valid
7.	Ulasan yang ada pada OTA saling mendukung satu sama lainnya	0.707	0.361	Valid
8.	Ulasan pada OTA berisi informasi tentang pengalaman menginap di hotel dan bukan hal yang lain	0.687	0.361	Valid
9.	Rating yang diberikan penulis ulasan pada OTA menggambarkan tingkat pengalaman menginap yang positif atau negatif	0.621	0.361	Valid
10.	Banyaknya ulasan yang dapat menjadi pertimbangan dalam memilih Novotel Bandung	0.674	0.361	Valid
Keputusan Memilih (Y)				
1.	Saya memilih Novotel Hotel Bandung karena sesuai dengan kebutuhan saya	0.704	0.361	Valid
2.	Saya membaca terlebih dahulu ulasan sebelum memilih untuk menginap di Novotel Hotel Bandung	0.553	0.361	Valid
3.	Saya membandingkan Novotel Hotel Bandung dengan hotel bintang 4 lain di Kota Bandung melalui ulasan pada OTA	0.605	0.361	Valid
4.	Setelah mendapatkan informasi yang saya butuhkan, saya memutuskan untuk memilih Novotel Hotel Bandung untuk menginap	0.868	0.361	Valid
5.	Saya akan menginap lagi di Novotel Hotel Bandung karena pengalaman menginap yang saya terima sesuai dengan yang saya harapkan	0.831	0.361	Valid

Sumber: *Olahan Peneliti, 2022*

Berdasarkan tabel 3.4 hasil pengujian validitas variabel ulasan *online* dan keputusan memilih dikatakan valid jika nilai r_{hitung} yang diperoleh > 0.361 . Variabel ulasan *online* dengan jumlah item instrumen sebanyak 10 butir memperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka keseluruhan item instrumen dari variabel ulasan *online* dikatakan sah/valid. Kemudian variabel keputusan memilih dengan jumlah instrumen sebanyak 5 butir memperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka seluruh item instrumen dari variabel keputusan memilih dikatakan sah/valid.

3.7 Uji Reabilitas

Naresh dan David (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Menurut Sugiyono (2016) uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu.

Dalam penelitian ini, teknik Formula Alpha Cronbach digunakan untuk uji reabilitas. Menurut Arikunto (2010), Formula Alpha Cronbach digunakan untuk mencari reabilitas instrument yang skornya bukan 1 atau 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. Maka untuk menentukan reliabel dari tiap item, Cronbach Alpha digunakan dalam penelitian ini yang dibantu dengan program SPSS 22, dimana kuesioner akan dinyatakan reliable ketika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0.70. Rumus yang digunakan untuk Cronbach Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = koefisien reabilitas instrument (Cronbach Alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah variansi butir tiap pertanyaan

σ_t^2 = total variansi

Untuk mencari jumlah variansi butir tiap pertanyaan, dapat menggunakan

rumus berikut :

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

Keterangan :

σ^2 = Nilai varian

$\sum x^2$ = jumlah skor

n = jumlah sampel

Pengujian reliabilitas instrumen ini dengan menggunakan ketetapan dasar sebagai berikut :

1. Item pernyataan yang diteliti dikatakan reliable jika nilai koefisien item pernyataan atau cronbach alpha (σ) > 0.70.
2. Item pernyataan yang diteliti dikatakan tidak reliable jika nilai koefisien item pernyataan atau cronbach alpha (σ) < 0.70.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 22 diperoleh hasil uji reabilitas dari item pernyataan yang diteliti. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.5:

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Ulasan Online dan Keputusan Memilih

No	Variabel	No of item	C σ_{hitung}	C $\sigma_{minimal}$	Kesimpulan
1.	Ulasan <i>Online</i> (X)	10	0.870	0.70	Reliabel
2.	Keputusan Memilih (Y)	5	0.752	0.70	Reliabel

Sumber: *Olahan Peneliti, 2022*

Berdasarkan tabel 3.5 data hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa ulasan *online* (X) dan keputusan memilih (Y) reliable karena nilai *cronbach alpha* > 0.70. hasil uji reliabilitas pada variabel ulasan *online* memperoleh nilai 0.870 sedangkan keputusan memilih memperoleh nilai sebesar 0.752.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Menurut Singgih (2005:179) statistik deskriptif lebih berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data, serta penyajian hasil peringkasan tersebut. Sedangkan data statistik, yang biasa diperoleh dari sensus, survei atau pengamatan lainnya, umumnya masih acak, mentah dan tidak terorganisir dengan baik. Dimana, data tersebut harus diringkas dengan baik dan teratur, baik dalam bentuk tabel atau

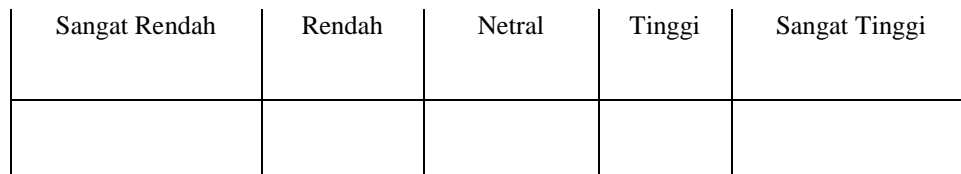
persentaasi grafis, sebagai dasar untuk berbagai pengambilan keputusan, dalam statistik deskriptif data akan diolah untuk mendapatkan mean/ hasil rata-rata setiap sub variabel bebas maupun terikatnya. Dalam penelitian ini metode penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran responden mengenai variabel – variabel yang diteliti yaitu Ulasan *Online* dan Keputusan Memilih.

3.8.2 Garis Kontinum

Garis kontinum adalah garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai dengan instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Model garis kontinum sebelumnya ditentukan terlebih dahulu jenjang intervalnya menggunakan perhitungan skor yang dijelaskan pada rumus sebagai berikut:

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

Hasil dari nilai jenjang interval tersebut digunakan untuk menentukan sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju dari suatu variabel. Untuk mengklasifikasikannya dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3.1 Garis Kontinum

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji 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 uji *Kolmogorov Smirnov*. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi > 0.05, maka nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0.05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

3.8.4.2 Uji Linearitas

Uji linearitas ini digunakan pada penelitian yang menggunakan persamaan regresi linear. Menurut Santoso (2018) bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel independen harus bersifat linear (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu. Dasar dalam pengambilan keputusan untuk uji linearitas ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas > 0.05 maka hubungan antara variabel X dengan variabel Y dikatakan linear.
- b. Jika nilai probabilitas < 0.05 maka hubungan antara variabel X dengan variabel Y dikatakan tidak linear.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013) model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastsitas. Tujuan pengujian Heteroskedastisitas ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Hipotesis (Uji t Parsial)

Uji hipotesis secara parsial atau uji-t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau variabel independen (X). Apakah variabel ulasan *online* (X) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel keputusan memilih (Y).

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis dengan tingkat signifikan ditentukan sebagai berikut:

- a. Jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima. Artinya Ulasan *Online* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kamar di Novotel Bandung.
- b. Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak. Artinya Ulasan *Online* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kamar di Novotel Bandung

3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent yaitu keputusan

pembelian. Dengan analisis regresi linier ini maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan variabel bebas. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diperkirakan antara ulasan *online* pada OTA dengan keputusan pembelian dalam memilih hotel dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Subjek pada variabel terikat yang diprediksikan (Keputusan Pembelian)

X : Subjek variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (Ulasan *Online*)

a : bilangan konstanta regresi untuk $X = 0$ (nilai y pada saat x nol)

b : koefisien arah regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel Y bila bertambah atau berkurang 1 unit. Jika nilai b (+) maka terjadi kenaikan, dan apabila b (-) maka terjadi penurunan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dihitung koefisien korelasi (R). Terdapat dua jenis hubungan antara variabel yaitu hubungan positif dan negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y adalah koefisien korelasi (r). Nilai r harus paling sedikit -1 dn paling besar 1, artinya jika nilai $r = +1$ atau mendekati +1 maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif, jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1 maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 7,99	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015)

3.8.6 Uji Koefisien Determinasi

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

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

Sumber: Alma (2007:81)

Keterangan:

KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 berkisar antara nol sampai dengan satu, maka variabel bebas (X) memberikan secara keseluruhan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Y). Namun jika $R^2 = 0$, maka kemampuan variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y) sangatlah terbatas