

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Koentjaraningrat (1997), penelitian dengan metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan secara sifat-sifat individu, keadaan gejala atau kelompok atau untuk menentukan frekuensi, atau penyebaran suatu gejala, atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dengan gejala lain di masyarakat. Dalam hal ini, tujuan menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini untuk memperoleh gambaran mengenai preferensi generasi milenial dalam memilih hotel berdasarkan brand image.

Sementara itu pendekatan kuantitatif ialah data yang diangkat berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkat atau penelitian yang menekankan pada analisis data numerik (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini pendekatan kuantitatif digunakan untuk segmentasi brand image pada Generasi Milenial. Dalam mengetahui hal tersebut analisis data statistik yang digunakan adalah metode klustering.

Penelitian ini diawali dengan melakukan *literature review*, yaitu mencari artikel jurnal yang terkait dengan topik yang akan peneliti angkat. Setelah melakukan beberapa pertimbangan, peneliti memutuskan untuk mengadaptasi penelitian yang dilakukan oleh Che-Hui Lien et al (2015) mengenai *Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions*. Selanjutnya, peneliti mencari fenomena yang sesuai dengan jurnal Che-Hui Lien et al (2015), dan peneliti pun memutuskan untuk melakukan penelitian dengan sampel generasi milenial dikarenakan generasi ini sedang dalam fase mencari kebebasan dalam hal perekonomiannya.

Yang dilakukan selanjutnya adalah membuat instrumen dengan menyesuaikan antara jurnal dan fenomena yang ada. Kemudian, peneliti menyebarkan kuesioner kepada generasi milenial yang pernah melakukan booking hotel secara mandiri. Setelah itu melakukan pengolahan data, analisis data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penulis untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Maka populasi dari penelitian ini adalah generasi milenial di Kota Bekasi.

2. Sampel

Sampel dari populasi adalah generasi milenial yang pernah memesan dan berkunjung di hotel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *Convenience Sampling*, yaitu pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu dan dipilih secara tidak acak. Teknik ini digunakan karena jumlah populasi generasi milenial yang pernah berkunjung ke hotel tidak diketahui secara pasti.

3.3 Metode dan Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui kuesioner yang akan menggunakan *Google Form*. *Google Form* ini disebar ke beberapa grup *Whatsapp* yang anggotanya berasal dari Kota Bekasi dan juga melalui pesan pribadi dari penulis kepada calon responden yang memenuhi kriteria.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui data-data yang sudah ada, seperti jurnal, buku, dan dokumen pemerintah yang terkait dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan teknik yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan di dalam penelitian.

a. Kuesioner

Menurut KBBI (Balai Bahasa, 2016) kuesioner adalah alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau pos; daftar pertanyaan. Dalam pengambilan data, peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada generasi milenial yang dengan menggunakan teknik *convenience sampling*.

Kuesioner yang disebar merupakan jenis kuesioner tertutup berupa daftar pernyataan terkait diri yang disertai dengan pilihan jawaban. Pilihan jawaban yang disediakan berupa *skala likert*. Kuesioner yang disebar melalui google form ini disebar secara online kepada responden yang pernah berkunjung hotel dan bersedia untuk mengisi angket dari peneliti.

b. Kajian Kepustakaan

Dalam mendukung argumen yang dibuat dalam penelitian ini, peneliti melakukan kajian kepustakaan untuk mengambil teori-teori yang diungkapkan oleh para ahli. Kajian kepustakaan yang dilakukan ialah dengan menggunakan buku, artikel jurnal, maupun internet.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018), Operasional Variabel adalah atribut dan nilai individual yang dipelajari lalu di tarik sebuah kesimpulan. Penelitian ini menggunakan variabel terikat seperti yang telah dijelaskan di atas dan variabel bebas. Dimana enam komponen *brand image* (X) termasuk dalam variabel bebas yaitu *brand is reliable*, *brand is attractive*, *brand is a social status symbol*, dan *brand has a good reputation*. Terhadap variabel terikat yaitu Keputusan

Berkunjung (Y). Faktor-faktor yang akan diukur dalam penelitian ini berdasarkan judul penelitian tersebut di atas:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Sub Variabel	Indikator	Kode	Skala
ABrand Image (X)	<i>Brand Image</i> adalah persepsi tentang <i>brand</i> yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada brand tersebut (Kotler & Keller, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand is reliable</i> (X1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan sesuat prosedur 	BR1,2	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanann yang terpercaya 	BR 3,4	
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand is attractive</i> (X2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai konsep berbeda 	BA 1,2	
			<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas iklan hotel 	BA 3,4	
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand is a social status symbol</i> (X3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi Pilihan Publik Figur Untuk Menginap. 	BSS 1	
			<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan Image Tamu Dengan Menginap 	BSS 2,3	

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand has a good reputation</i> (X4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kepuasan Konsumen 	BGR 1	
			<ul style="list-style-type: none"> • Diakui Secara Nasional dan Internasional 	BGR 2,3	
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. (Assauri, 2008)		<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan Kebutuhan (Faktor Pribadi) 	KB1	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> • Pencarian Informasi (Faktor Sosial) 	KB2	
			<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi Alternatif (Faktor Psikologis) 	KB3	
			<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan berkunjung kembali (Faktor Psikologis) 	KB4	

Sumber: Diolah Penulis (2021)

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian diartikan dalam KBBI (Balai Bahasa, 2016) sebagai sarana penelitian untuk mengumpulkan data sebagai bahan pengolahan. Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar secara online kepada responden (sampai kuota terpenuhi). Kuesioner yang disebar merupakan jenis kuesioner tertutup, yakni berisikan pertanyaan yang disertai dengan pilihan jawaban.

Dalam mempermudah responden untuk menjawab kuesioner maka jawaban yang disediakan akan diberi nilai dengan Skala Likert. Menurut Sekaran (2006) skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik. Dalam penelitian ini jawaban responden terhadap indikator yang berkaitan dengan variabel akan digambarkan dengan skala (1) sangat tidak setuju sampai dengan (5) sangat setuju.

Tabel 3.2
Ordinal Scale

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk kesahihan kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 26. Dua variabel yaitu Variabel X (*Brand Image*) dan Y (Keputusan Berkunjung) diuji validitasnya dalam penelitian ini. Kuesioner dianggap valid jika dapat digunakan untuk mengungkapkan apa yang diukur oleh peneliti. Instrumen yang valid dapat diukur (Sugiyono, 2017) Apabila hasil yang keluar dinyatakan tidak valid maka diperlukan perbaikan, baik dengan

mengganti butir pertanyaan yang tidak valid kemudian melakukan penyebaran ulang maupun dengan menghilangkan butir pertanyaan (jika dianggap pertanyaan tersebut tidak terlalu berpengaruh) tanpa menyebarkan ulang.

Rumus ini memungkinkan validitas instrumen ditentukan dengan teknik *product moment*.

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2} \sqrt{n(\Sigma y^2) - (\Sigma y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi suatu item

N = jumlah subyek

X = skor suatu item

Y = skor total

Dimana:

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

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan software SPSS, 30 responden diperiksa dan dibandingkan dengan df (degree of freedom) yang sama dengan n-2, diperoleh nilai alpha sebesar 0,3061 yang sama dengan 5% atau 0,05. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian dan mengecek nilai korelasi Pearson atau jumlah jawaban untuk setiap item. Kriteria pengujianya adalah jika nilai rhitung > rtable maka dianggap valid, jika rhitung < rtable maka dianggap tidak valid..

Setelah instrumen dinyatakan valid, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks kerelasinya (r) pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
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)

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Kode	rhitung	r tabel	Keterangan
Saya memilih hotel yang mempunyai pelayanan sesuai yang dijanjikan	BR 1	0,790	0,3061	Valid
Saya memilih hotel berdasarkan harapan saya terhadap hotel ini	BR 2	0,863	0,3061	Valid
Saya memilih hotel yang berkualitas dan terpercaya	BR 3	0,668	0,3061	Valid
Saya mengunjungi hotel karena fasilitasnya yang lebih lengkap	BR 4	0,645	0,3061	Valid
Saya memilih hotel karena konsep yang menarik	BA 1	0,504	0,3061	Valid
Saya memilih hotel karena keunikannya	BA 2	0,745	0,3061	Valid
Saya memilih hotel karena iklan dan promosi yang besar-besaran	BA 3	0,436	0,3061	Valid
Saya memilih hotel berdasarkan penawaran yang kreatif	BA 4	0,559	0,3061	Valid
Saya memilih hotel karena public figure tertentu	BSS 1	0,587	0,3061	Valid
Saya memilih hotel karena dapat dibanggakan kepada keluarga dan kerabat	BSS 2	0,466	0,3061	Valid
Saya merasa tidak keberatan untuk mengeluarkan uang lebih agar terlihat berbeda	BSS 3	0,495	0,3061	Valid
Saya memilih hotel berdasarkan ulasan positif	BGR 1	0,601	0,3061	Valid
Saya memilih hotel berdasarkan penghargaan yang didapatkan hotel tersebut	BGR 2	0,466	0,3061	Valid

Saya memilih hotel berdasarkan jenis sertifikasi yang diterima oleh hotel tersebut.	BGR 3	0,451	0,3061	Valid
---	-------	-------	--------	-------

Sumber: Diolah penulis (2022)

Berdasarkan Tabel 3.4, 14 indeks yang menunjukkan persepsi risiko (X) dengan dimensi *brand is reliable*, *brand is attractive*, *brand as a social status symbol*, dan *brand has a good reputation* r hitung terbukti lebih tinggi dari r tabel, 14 indikator dianggap sah. Maka indikator *brand image* dari keempat dimensi, dapat digunakan sebagai instrumen penelitian. Menggunakan bantuan *software software IBM SPSS Statistics 26 for Windows* digunakan untuk penghitungan validitas ini.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Kode	r hitung	r tabel	Keterangan
Saya mengunjungi hotel karena adanya kebutuhan.	KB 1	0,854	0,3061	Valid
Saya mengunjungi hotel karena sudah mencari informasi terlebih dahulu mengenai hotel tersebut	KB 2	0,687	0,3061	Valid
Saya mengunjungi hotel karena lebih lengkap fasilitasnya dibandingkan alternative penginapan lainnya (Resort, guest house, villa.)	KB 3	0,762	0,3061	Valid
Saya mengunjungi hotel karena rekomendasi dari kerabat atau keluarga	KB 4	0,745	0,3061	Valid

Sumber: Diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel 3.5, dapat dilihat bahwa untuk 4 indikator dari variabel keputusan berkunjung (Y), nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Ini menunjukkan bahwa keempat indikator tersebut valid. Artinya, indikator-indikator tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Analisis ini dilakukan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 26 for Windows*.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Sunjoyo dkk., 2013). Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termuat dalam kuesioner penelitian. Setelah mengevaluasi kevalidan pernyataan yang digunakan dalam penelitian, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan keandalan data variabel penelitian yang diperoleh melalui kuesioner. Uji Alpha Cronbach digunakan untuk membandingkan nilai koefisien reliabilitas minimal. Nilai minimum Alpha Cronbach diatas 0,70 dianggap dapat diandalkan menurut Ghozali (2011). Kuisisioner variabel *brand image* (X) dan keputusan berkunjung (Y) kemudian diuji realibilitasnya. Berikut adalah bentuk Rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji realibilitas:

$$r_{tt} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right)$$

Sumber: Kadek Ayu Astiti (2017)

Keterangan

r_{tt} = koefisien reliabilitas

n = jumlah butir

S_i^2 = varian butir

S_t^2 = varian total

Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Koefisien *Cronbach Alpha* > taraf 0,70 maka kuisisioner tersebut reliabel;
- b. Koefisien *Cronbach Alpha* < taraf 0,70 maka kuisisioner tersebut tidak reliabel.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabelitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha Hitung	Cronbach Alpha Minimal	Keterangan
Brand Image	0,855	0,70	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,861	0,70	Reliabel

Sumber: Diolah penulis (2022)

Pada Tabel 3.6 terlampir dapat diambil kesimpulan bahwa nilai alpha X sebesar 0,855 dan nilai alpha Y sebesar 0,861. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai alpha $>$ 0,70, maka dinyatakan dapat diandalkan. Diandalkan ini berarti jika instrumen ini digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. (Sugiyono, 2018)

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan software SPSS untuk menganalisis data kuesioner yang relevan. Teknik analisis yang digunakan adalah pengukuran regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah cara untuk menentukan pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2018).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah proses mengevaluasi data dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan fakta-fakta yang dicapai tanpa bertujuan untuk menggeneralisasikan (Sugiyono, 2017). Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dan diolah menjadi bentuk tabel dan kategori kelompok berdasarkan rata-rata responden. Kemudian data tersebut diterjemahkan dengan melihat kategori kelas. Dalam studi ini, *brand image* dibahas dalam kaitannya dengan keputusan berkunjung dan analisis deskriptif digunakan untuk menentukan variabel yang diteliti, termasuk:

- a. Analisis deskriptif mengenai jawaban responden terhadap pengaruh brand image hotel terhadap generasi milenial
- b. Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden terhadap keputusan berkunjung ke hotel pada generasi milenial.

Berikut proses yang dilakukan untuk menentukan skor keseluruhan variabel X dan Y:

1. Hitung skor total variabel X dan Y dengan menjumlahkan semua atau semua indikator ke dalam nilai;
2. Hitung untuk total skor nilai rata-rata variabel investigasi.
3. Melakukan perhitungan untuk mencari besaran tingkat variabel dengan menjumlahkan total variabel (skor aktual) dibandingkan dengan skor tertinggi dikalikan jumlah responden (skor ideal).
4. Melaksanakan perhitungan agar bisa mengetahui persentase total variabel.

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

- Skor Aktual: Jawaban untuk semua pernyataan dari semua responden
 - Skor Ideal: Bobot tertinggi atau pilihan semua responden pada skor tertinggi
1. Membuat interpretasi dari hasil persentase pada kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Sangat Rendah
2	36.01 – 52.00	Rendah

3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Tinggi
5	84.01 – 100	Sangat Tinggi

3.7.2 Analisis Inferensial

Tujuan dari analisis inferensial adalah untuk mengukur data kuantitatif dan pengujian hipotesis (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini analisis inferensial dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel bebas.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas data mencoba menilai apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi berganda cocok atau tidak. Peneliti menggunakan alat pengujian tes *Kolmogorov Smirnov*, kriteria berikut digunakan:

- Jika nilai probabilitas $> 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.
- Jika nilai probabilitas $< 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang digunakan untuk memastikan bahwa persyaratan atau asumsi dalam regresi linier berganda terpenuhi. Uji ini dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antara variabel independen atau dependen. Model regresi yang benar menunjukkan tidak adanya korelasi antara variabel independen (tidak terjadi multikolinieritas), seperti yang dijelaskan oleh Santoso (2012) dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance}$$

atau

$$Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

Uji multikolinieritas bisa diukur dengan nilai Tolerance atau VIF tetapi mempunyai ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ / nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi
- b. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ / nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinieritas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel residual dalam model regresi linier terdistribusi secara merata atau tidak. Jika selisih antara residual pengamatan sama, disebut homoskedastisitas dan jika selisih antar pengamatan berbeda disebut heteroskedastisitas. Ketika hasil tes dianggap homogen atau tidak sama, model regresi yang sesuai disediakan. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah syarat asumsi klasik dalam regresi linier tidak menyimpang secara linear. Regresi dikatakan tidak heteroskedastis jika dalam suatu plot yang tersebar tidak membentuk pola tertentu. Jika dalam suatu plot yang tersebar terdapat pola tertentu, seperti lebih tinggi atau lebih rendah, atau mengelompok menjadi satu, maka dapat disimpulkan bahwa masalah heteroskedastisitas ada.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah proses yang melibatkan beberapa variabel independen yang sangat mempengaruhi variabel dependen atau prediktor. Pendekatan ini digunakan untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen ketika variabel independen ditentukan. Rumus yang digunakan dalam analisis ini dijelaskan dalam rumus analisis regresi linier berganda (Sugiyono, 2017:276):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat
 a = Bilangan konstanta
 b = Koefisien arah garis (nilai koefisien regresi)

X = Variabel bebas

Pada penelitian ini, analisis regresi berganda bertujuan untuk menguji pengaruh X1 (*Brand is reliable*), X2 (*Brand is attractive*), X3 (*Brand as a social status symbol*), X4 (*Brand has a good reputation*), terhadap Y (Keputusan Berkunjung).

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengevaluasi secara individual pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan berkunjung ke hotel pada generasi milenial di kota Bekasi. Uji signifikansi dengan tingkat 5% ($\alpha = 0,05$) digunakan untuk mengevaluasi penerimaan atau penolakan hipotesis. Ukurannya mengambil keputusan untuk hipotesis yang diajukan, yaitu:

Tolak ukur mengambil keputusan untuk hipotesis yang diajukan yaitu:

- a. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H1 diterima dan H0 ditolak
- b. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H1 ditolak dan H0 diterima (tidak mempengaruhi).

Uji-t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan dari data yang ditemukan menggunakan software SPSS dengan kondisi berikut selain membandingkan nilai r hitung dan r tabel:

- a. Apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan (H1 diterima, H0 ditolak).
- b. Apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka tidak berpengaruh pada variabel terikat pada saat yang sama (H1 diterima, H0 ditolak).

3.8.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengevaluasi dampak secara bersama-sama dari dua atau lebih faktor terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk menentukan nilai hitung F dijelaskan dalam (Sugiyono, 2017:192):

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi ganda

K = Jumlah Variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Dk = (n-k-1) derajat kebebasan

Sesudah mendapatkan nilai f hitung dan f tabel, bandingkan kedua nilai tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika f hitung > f tabel, dapat disimpulkan bahwa bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Ha diterima, Ho ditolak);
- b. Jika f hitung < f tabel, dapat disimpulkan bahwa bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Ha ditolak, Ho diterima).

Uji-f dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan (sig.) yang diperoleh dari hasil pengolahan pada kondisi berikut, selain membandingkan nilai hitung dari f hitung dan f tabel;

- a. Jika nilai Sig. < 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Ha diterima, Ho ditolak);
- b. Jika nilai Sig. > 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Ha ditolak, Ho diterima).

3.9 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan mengkuadratkan nilai korelasinya. Langkah selanjutnya adalah menghitung determinasi dengan menggunakan rumus yang sesuai dengan pengetahuan tentang koefisien korelasi. Rumus yang digunakan untuk menentukan

persentase kontribusi pilihan berkunjung (Y) dari variabel *brand image* (X) adalah sebagai berikut.:

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

Keterangan:

KD: Koefisien Determinasi

R: Koefisien korelasi

- a. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) Kuat

Adapun tabel pedoman interpretasi nilai koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.8

Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017)