

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara atau teknis yang diharapkan mampu menemukan, merumuskan, menganalisis, ataupun memecahkan masalah-masalah dalam penelitian agar data-data yang diperoleh lengkap, relevan, akurat, dan nyata. Maka dibutuhkan metode analisis yang tepat dan dapat diandalkan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

#### **A. Metode Penelitian**

Metode Penelitian ini menggunakan penelitian yang berjenis kuantitatif, karena datanya berupa angka-angka dan diuji statistik, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengumpulkan data berupa angka-angka, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan statistik untuk mendapatkan informasi ilmiah.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *electronic word of mouth* dan tingkat kepercayaan terhadap minat kunjung konsumen di Wisata

---

<sup>1</sup> Nanang Martono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data sekunder*”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014) h. 20

Kuliner Pasar Lama Tangerang. Selain itu jenis penelitian ini juga digunakan untuk menggambarkan keadaan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang dengan data-data yang diperoleh.

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

### 1. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan April 2021

### 2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang yang berlokasi di Jl. Kisamaun No. 109 RT/03 RW/05, Sukasari, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten, 15118.

## **C. Data dan Sumber Data**

### 1. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder:

#### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik individu atau perorangan. Data primer ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah

hasil pengisian melalui kuesioner oleh responden, yaitu konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung melainkan diperoleh dari perpustakaan dan sumber-sumber lain yang tentunya sangat membantu hingga terkumpulnya data yang berguna dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, dan lain-lain.

2. Data

Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil survei, wawancara, angket atau kuesioner, dan dokumentasi tentang Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini adalah konsumen.

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang berkesimpulan umum yang mana nantinya akan ditetapkan peneliti dan menarik

kesimpulannya, yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.<sup>2</sup>

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya populasi adalah bukan hanya orang, tetapi bisa juga berupa benda-benda atau obyek yang lainnya. Populasi juga bukan tentang sekedar jumlah yang terdiri dari obyek atau subyek, tetapi meliputi karakteristik atau sifat pada obyek atau subyek tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang.

## 2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti yang kemudian hasil dari penelitian tersebut akan digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.<sup>3</sup>

Teknik pengambilan sampel ada dua macam, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Probability

---

<sup>2</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, R&D* .....", h.80

<sup>3</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Kencana, 2015), h. 192.

sampling adalah suatu teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih untuk sampling. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *stratified sampling*, *cluster sampling*, dan *double sampling*.<sup>4</sup> Sedangkan nonprobability sampling kebalikan dari probability sampling yaitu teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih untuk sampling. Teknik ini berupa *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*.<sup>5</sup>

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel berupa nonprobability sampling, berdasarkan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.<sup>6</sup> Adapun kriteria-kriterianya sebagai berikut:

- 1.) Berusia 16 tahun hingga usia 35 tahun.
- 2.) Wisatawan yang sudah dan sedang berkunjung mengetahui ke Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

---

<sup>4</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, R&D .....", h.82

<sup>5</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, R&D .....", h.84

<sup>6</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, R&D .....", h.85

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut ini rumusnya:<sup>7</sup>

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
- P = Proporsi Populasi Yang Tidak Diketahui Jumlahnya
- d = Menunjukkan Jarak Pada Dua Arah
- z = Mencerminkan Berapa Galad Baku yang Jauhnya dari Nilai Rata-Rata.

➤ Untuk Nilai z

- 95% = sampel akan jatuh diantara 1,960 galad baku proporsi populasi
- 99% = 2,576
- 90% = 1,645

➤ Untuk Nilai P

P		P(1-P)
0,5	=	0,25
0,4	=	0,24

---

<sup>7</sup> Ika wulandari, “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Omi King Mart Di Candi Siduarjo*”, (Program Studi manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015), h. 50

$$0,3 = 0,21$$

$$0,2 = 0,16$$

$$0,1 = 0,09$$

Oleh karena itu, jika peneliti tidak mengetahui P dalam populasi maka memilih P sebesar 0,5, tingkat kepercayaan sebesar 95%, dengan alfa sebesar 10% (0,10).

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jika berdasarkan rumus tersebut sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar  $96,04 = 96$ , maka dalam penelitian ini penulis harus mengambil data setidaknya sejumlah 96 sampel konsumen.

## **E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data**

### **1. Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

#### **a. Survei**

Survei adalah metode pengumpulan data dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang di berikan kepada responden, untuk mengetahui informasi yang terkait hal ini bisa berbentuk sampel dari sebuah populasi.<sup>8</sup>

b. Angket atau Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Angket atau Kuesioner adalah penelitian dengan cara mengajukan daftar pertanyaan kepada responden. Ditengah pandemi Covid-19 ini pengumpulan data melalui kuesioner peneliti tidak diwajibkan untuk datang dan bertemu dengan responden dan hadir menyaksikan pengisian angket atau kuesioner. Namun, peneliti membagikan *link* yang berisikan kuesioner secara serentak kepada responden. Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian A berisi pertanyaan dan keterangan pribadi responden, bagian B berisi pertanyaan yang merupakan penjabaran dari operasional variabel *Electronic Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan Konsumen.

---

<sup>8</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif* ....., h. 56



Skala yang digunakan yaitu menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang mengenai fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variable yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun semua item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* tersebut memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dengan diberi skor sebagai berikut:<sup>9</sup>

**Table 3.1**  
**Skala *Likert***

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (ST)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

---

<sup>9</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, R&D .....*”, h.93.

### c. Kepustakaan

Kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang dikumpulkan dan disiapkan oleh pihak lain yaitu berupa buku-buku, jurnal-jurnal, dan referensi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.<sup>10</sup>

## 2. Pengolahan Data

Untuk mengetahui tujuan dalam penelitian ini, apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Tingkat Kepercayaan terhadap Minat Kunjung Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Konsumen Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang). Untuk itu dibutuhkan alat ukur agar dapat mengolah atau menghitung data yang diperoleh dari responden melalui teknik pengumpulan data kuesioner atau angket maka peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda dalam pengolahan data dengan bantuan program aplikasi perangkat lunak yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26.

---

<sup>10</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif* ....., h. 200

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan kegiatan menganalisis data setelah keseluruhan data terkumpul yang kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk dapat menguji hipotesis yang telah diajukan peneliti.

Teknik analisis data dalam penelitian ini memerlukan perhitungan statistic dan matematis. Untuk dapat mempermudah melakukan analisis maka digunakan program SPSS versi 26. Adapun alat-alat analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Pengujian Kualitas Data**

#### **a. Uji Validitas dan Reabilitas**

##### **1) Uji Validitas**

Uji validitas adalah alat ukur yang menunjukkan keabsahan alat ukur. Uji validitas ini di gunakan cara untuk mengetahui suatu kelayakan suatu pertanyaan-pertanyaan didalam definisi suatu variabel.<sup>11</sup> Rumus yang akan digunakan adalah:

---

<sup>11</sup> Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif* ..... h. 159

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

**Keterangan:**

$r$  = Koefisien Korelasi

$\sum xy$  = Jumlah Hasil Perkalian  $x$  dan  $y$

$\sum x$  = Jumlah Nilai variable  $x$

$\sum y$  = Jumlah Nilai Variabel  $y$

$\sum x^2$  = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel  $x$

$\sum y^2$  = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel  $y$

$n$  = Banyaknya Sampel

**Kriteria uji validitas**

- a. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  table, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indicator) dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $< r$  table, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indicator) dinyatakan tidak valid.

**2) Uji Reliabilitas**

Uji reabilitas merupakan tahap pengujian lanjutan setelah uji validitas, adapun item yang di uji dalam uji reabilitas ini adalah item yang valid saja. Uji reabilitas berfungsi untuk

mengetahui apakah kuesioner dapat dikatakan realibel atau handal, artinya apabila jawaban dari responden dapat konsisten dari waktu ke waktu. Rumus yang digunakan adalah :

$$A = \frac{K.r}{1+(K-1).r}$$

**Keterangan:**

A = Koefisien reliabilitas

K = Jumlah Item Reliabilitas

r = Rata-Rata Korelasi antar Item

1 = Bilangan Konstanta

**b. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis linear berganda. Alat uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah terdapat masalah didalam data regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) maka peneliti menggunakan analisi regresi untuk membandingkan variabel berbeda. Ada empat pengujian dalam asumsi klasik, yaitu :

### 1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik.<sup>12</sup> Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorof smirnov* satu arah. Jika signifikasinya  $> 0,05$  maka distribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan probabilitas.

- Jika nilai probabilitas  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### 2) Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksud untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan

---

<sup>12</sup> V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), h.120.

variabel independen yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independen. Jika dalam variabel independen terjadi korelasi atau saling berkorelasi antara variabel independen satu dengan yang lainnya maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi variabel independen satu dengan yang lainnya adalah nol.

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat VIF ( *variance inflation factors* ) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini dapat menunjukkan setiap variabel independen mana sajakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika  $VIF \geq 10$  dan nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  maka terjadi gejala multikolinieritas.<sup>13</sup>

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat perbedaan

---

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), Edisi 9, h. 107-108

variance dari residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang memiliki kesamaan variance dari residual suatu periode pengamatan dengan pengamatan yang lain atau disebut homokedastisitas, dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot* model tersebut. Apabila titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji statistik dilakukan dengan uji glejseer, jika variabel independen tidak signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut ( $AbsUt$ ), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>14</sup>

Uji *glejser* dapat dilihat jika variabel independen signifikan di bawah 5% secara statistik, maka dapat diindikasikan terjadinya heteroskedastisitas. Jika

---

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate .....*, h. 137-138



probabilitas diatas tingkat kepercayaan 5% maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>15</sup>

### **c. Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis yaitu suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau bisa juga salah, sehingga menimbulkan risiko. Besarnya kecilnya risiko tersebut dinyatakan dalam bentuk probabilitas.<sup>16</sup>

#### **1) Regresi Linear Berganda**

Regresi merupakan suatu alat ukur yang dapat digunakan dalam mengukur ada apa tidaknya korelasi antar variabel dependen dan independen. Analisis regresi berfungsi untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel ataupun lebih. Analisis regresi mempelajari mengenai hubungan yang diperoleh dinyatakan dalam persamaan matematika yang menyatakan ada hubungan fungsional antara variabel-

---

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate .....*, .h. 142-144

<sup>16</sup> M Iqbal Hasal, *Pokok-Pokok Materi .....*, h. 140

variabel. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

**Keterangan:**

Y = Minat Kunjung

a = Konstanta ( apabila nilai X = 0)

X<sub>1</sub> = Pengaruh *Electronic Word of Mouth*

X<sub>2</sub> = Minat Kunjung

e = *Error*

**2) Uji Signifikasi Parsial (Uji T)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh berpengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Signifikasi koefisien parsial ini memiliki distribusi t

---

<sup>17</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 2* ....., h. 253

dengan derajat kebebasan  $n-k-1$ , dan signifikansi pada  $\alpha = 0,05$ , dimana kriteria pengujian adalah :<sup>18</sup>

- Perumusan :  $H_0$  = Hipotesis nihil dan  $H_a$  = Hipotesis alternative
- $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain hipotesis diterima
- $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain hipotesis ditolak.  $\alpha = 0,05$  adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  nya dengan  $t_{tabel}$ .

### 3) Uji Signifikansi Simultan F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan

---

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* .....h. 98

dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan rumus sebagai berikut :<sup>19</sup>

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

**Keterangan :**

$R^2$  = Koefisien Korelasi Berganda

K = Jumlah Variabel Independen dan dependen

n = Jumlah Anggota Sampel

dk = (n-k-1) Derajat kebebasan

Kriteria pengujian

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### 4) Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefesien korelasi merupakan indeks atau bilangan yang dapat digunakan untuk mengukur keeratan suatu hubungan antar variabel, yaitu apakah

---

<sup>19</sup> Brian Erianti Karunia Asri, “ Pengaruh *E-WoM* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk”, (Program Studi manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta: 2018), h. 74

kuat, lemah atau tidak ada hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Koefisien korelasi mempunyai nilai antara -1 dan +1 atau  $-1 \leq R \leq +1$ .

Jika R bernilai positif, maka variabel-variabel juga berkorelasi positif. Apabila nilai R semakin dekat pada nilai +1 maka semakin kuat korelasinya, dan demikian pula sebaliknya. Jika R bernilai negatif, maka variabel-variabel bernilai negatif. Apabila nilai R semakin dekat pada nilai -1 maka semakin kuat korelasinya, demikian pula sebaliknya. Jika nilai R +1 atau -1, maka variabel menunjukkan korelasi positif atau negatif yang sempurna.<sup>20</sup>

**Table 3.2**

**Pedoman Uji Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang

---

<sup>20</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 2 .....*, h. 234

0,60 – 1,799	Kuat
1,80 – 1,000	Sangat kuat

### 5) Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen dapat menjelaskan variabel *dependent* nya. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> kecil yang berarti kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variasi indeviden. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>21</sup> Besar kecilnya sumbangan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

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

Keterangan :

KD = Nilai koefisien determinasi

---

<sup>21</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate .....*, h. 142-144

R = Nilai koefisien korelasi

Nilai  $R^2$  yang sempurna dapat dijelaskan sepenuhnya oleh variabel *independent* yang dimasukkan dalam model dimana  $0 < R^2 < 1$  sehingga kesimpulannya yang dapat diambil adalah :

- Nilai  $R^2$  Yang lebih kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* sangat terbatas.
- Nilai  $R^2$  Yang mendekati satu, berarti variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variabel *dependent*.

## G. Konsep Operasional Variabel Penelitian

**Table 3.3**  
Konsep operasional variable penelitian

Nama Variabel	Konsep Variabel	Indicator	Dimensi	Skala

<i>Electronic Word of Mouth (X1)</i>	<i>Electronic word of mouth</i> adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online lewat media sosial, untuk melihat informasi, rujukan, saran, testimoni, review pernyataan positive atau negative dari pengalaman konsumen lainnya yang terpapar dalam <i>website</i>	<i>Intensity</i> (Intensitas)	Banyaknya pendapat atau komentar yang ditulis oleh konsumen.	Likert
		Communications	Tingkat kemudahan dalam bertukar informasi.	Likert
		Connection	Tingkat kemudahan komunikasi antar pengguna	Likert
			Tingkat kemudahan dalam menemukan informasi	Likert



	atau media sosial.		Tingkat kemudahan dalam mengakses situs dan sumber informasi	Likert
		<i>Valance of Opinion</i>	Pendapat konsumen baik positif atau negatif mengenai produk, jasa dan brand.	Likert
		<i>Content</i>	isi informasi dari situs jejaring sosial berkaitan dengan produk dan jasa	Likert

Tingkat Kepercayaan (X2)	Kepercayaan konsumen adalah persepsi dari sudut pandang konsumen akan kehandalan penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan dan kepuasan konsumen.	Integritas	Kejujuran dan kemampuan menepati janji dari pihak yang dipercaya (penjual).	Likert
		<i>Benevolence</i>	Perhatian dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen oleh penyedia barang.	Likert
		<i>Competency</i>	Kemampuan penjual untuk melaksanakan kebutuhan dari konsumen.	Likert

		<i>Predictability</i>	Kemampuan penjual untuk memberikan kepastian akan barang yang dijual tersebut.	Likert
Minat Berkunjung (Y)	Minat berkunjung adalah suatu pernyataan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa.	Perhatian	<p>1. Timbulnya rasa perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu tempat wisata</p> <p>2. Mencari informasi wisata kuliner lainnya untuk mempertimbangkan tujuan wisata.</p> <p>akan berdampak</p>	Likert

			pada kunjungan.	
		Ketertarikan	Setelah adanya rasa perhatian yang dialami oleh konsumen maka akan muncul rasa ketertarikan pada diri konsumen.	Likert
		Keyakinan	Konsumen mempertimbangan lalu menjadi yakin, maka konsumen akan yakin pada objek yang akan dikunjungi.	Likert

		Keputusan	Setelah memiliki keyakinan yang terjadi pada konsumen terhadap suatu produk tersebut maka akan menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut mengunjungi.	Likert
--	--	-----------	---	--------