

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausalitas. Penelitian kausal metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode kuantitatif yaitu untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel dependen (terikat) yaitu *Minat Berkunjung* (y1) dengan variabel independen (bebas) yaitu E-WOM (x1) dan Brand Image (X2) di Hotel Golden Tulip Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian sumber data menurut cara memperolehnya yaitu menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara atau lisan jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat. Dan didengar langsung oleh peneliti sehingga peneliti menyimpulkan untuk menggunakan data primer terhadap penelitian di Hotel Golden Tulip Springhill Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono 2016) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh

dengan cara :

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab.

Tabel 3.1

Interpretasi Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, (2016)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono 2016) mendefinisikan populasi sebagai berikut populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian Dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan non probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu sampel yang tehnik penentuan sempel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi. Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut

Tabel 3.2

Data Kriteria Sampel

No.	Kriteria Sampel
1	Mengenal Banyak Hotel Di Bandar Lampung
2	Mengikuti Salah Satu Media Sosial (Facebook, Instagram,...)

3	Usia 15 – 40 Tahun
---	--------------------

Sumber : Data Diolah, 2023

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Hair Dalam Ridwan (2019) menyarankan bahwa pengambilan jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 \\ &= 110 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan 110 sampel responden yang dapat mewakili wisatawan Hotel Golden Tulip Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono 2016) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang atau objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus untuk diamati. Pada penelitian in ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

- a. variabel bebas (independent) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadikan sebab timbulnya suatu berubahnya variabel terikat. Dalam penelitian in variabel bebasnya) yaitu E-WOM (x1) dan Brand Image (x2)
- b. Variabel terikat (dependent) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel. Dalam penelitian in variabel terikatnya yaitu Minat Berkunjung (y)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3
Oprasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definision Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Eletronic Word Of</i>	<i>E-WOM</i> Sendiri Didefinisikan Oleh Firdayulia, (2021)	<i>Electronic Word Of Mouth</i> (Ewom) Adalah Bentuk	Terdapat Indikator Electronic Word Of Mouth (Ewom)	Interval

<p><i>Mouth</i> (X1)</p>	<p>Yakni Merupakan Pernyataan Positif Atau Negatif Yang Dibuat Oleh Pelanggan Potensial, Pelanggan Aktual Dan Mantan Pelanggan Tentang Produk Atau Perusahaan Melalui <i>Internet</i>.</p>	<p>Komunikasi Pemasaran Beris Tentang Pernyataan Positif Atau Negatif Yang Dilakukan Oleh Pelanggan Potensial, Pelanggan Maupun Mantan Pelangan Tentang Suatu Produk Atau Perusahaan, Yang Tersedia Bagi Banyak Orang Melalui Media Internet</p>	<p>Goyyete, Et. Al, Dalam Sukoco Diantaranya: 1) Intensitas 2) Pendapat Positif / Baik 3) Pendapatnegatif 4) Konten</p>	
<p>Brand Image (X2)</p>	<p>David Aaker Mendefinisikan <i>Brand Image</i> sebagai Seperangkat Asosiasi Yang Berkaitan Dengan Hal- Hal Seperti Atribut Produk, Manfaat Atau Harga, Yang Diatur Dengan Cara Yang Bermakna (Aaker, 1991). Sedangkan Kevin Keller Mendefinisikan <i>Brand Image</i> sebagai Bagaimana Konsumen Memandang Suatu Merek Di Benaknya Dan Percaya Terhadap Merek Ter- Sebut. Keller Percaya Bahwa Asosiasi</p>	<p>Citra Merek Adalah Tingkat Persepsi Seseorang Untuk Mengetahui Seberapa Besar Merek Tersebut Tersimpan Dimemori Meeka, Persepsi Tentang Merek Tersebut Didapat Dari Hasil Informasi Dan Pengalaman Sebelumnya Dari Merek Tersebut. Yang Meliputi Reputasi Merek Yang Sudah Dikenal , Yang Membedakan Dengan Produk Lain, Persepsi Konsumen, Penilaian</p>	<p>Ada Tiga Dimensi Untuk Mengukur <i>Brand Image</i> Yaitu (Keller & Swaminathan , 2019): <i>1.Strength Of Brand Associations</i> <i>2.Favorability Of BrandAssociations</i> <i>3.Uniqueness Of BrandAssociations</i></p>	<p>Interval</p>

	Dapat Dibangun Ketika Seseorang Mengalami Merek Secara Langsung Dan Menerima Informasi Tentang Merek Tersebut Atau Secara Tidak Langsung Membuat Kesimpulan Berdasarkan Pengetahuan Merek Seseorang (Keller, 1993). Sederhananya, <i>Brand Image</i> Berbicara Tentang Persepsi Konsumen Terhadap Suatu Merek.	Konsumen		
Minat Berkunjung (Y)	Menurut Setyo Putra Dalam Aviolitasona (2017) Minat Merupakan Dorongan Untuk Memotivasi Seseorang Melakukan Tindakan. Sedangkan Menurut Asdi Dalam Hernita Dkk (2019) Minat Berkunjung Adalah Rasa Ingin Seseorang Untuk Berkunjung Ke Suatu Objek Wisata.	Minat Berkunjung Pada dasarnya Adalah Perasaan Ingin Mengunjungi Suatu Tempat Yang Menarik Untuk Dikunjungi.	Menurut Adinda & Pangestuti (2019) Minat Transaksional Minat Referensial Minat Preferensial Minat Eksploratif	

3.7 Uji Persyaratan Instrument

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas angket digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu saat alat pengukur itu mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga penulis menguji validitas angket dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada konsumen.

Metode uji kevalidan yang digunakan adalah korelasi product moment dengan kriteria sebagai berikut:

$$R = \frac{N \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

R = Korelasi antara variabel x dan y

N = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur Pengujian:

1. Ho : Data dari populasi berinstrumen valid
Ha : Data dari populasi berinstrumen tidak valid
2. Bila $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ Maka instrumen valid
Bila $R_{Hitung} < R_{Tabel}$ Maka instrumen tidak valid
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program And Service Solution Seri 21*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi, jika alat ukur tersebut stabil maka dapat di andalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali – kali dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian in, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program And Service Solution Seri 21*).

$$R = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

R = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya Soal

ΣO_i^2 = Jumlah Varians Butir

O_i^2 = Varians Total

Prosedur Pengujian:

1. H_0 : Data Dari Populasi Berinstrumen Valid
 H_a : Data Dari Populasi Berinstrumen Tidak Valid
2. Bila $R_{Alpha} > R_{Hitung}$ Maka Instrumen Reliabel
Bila $R_{Alpha} < R_{Hitung}$ Maka Instrumen Tidak Reliabel

Tabel 3.4

Interprestasi Nilai R Alpha Indeks Korelasi

Koefisien R	Reabilitas
0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : (Sugiyono 2016)

1. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statiscal Program And Service Solution Seri 20*).
2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, maka penghitung maka perhitungan instrumen tersebut mempunyai reliabilitas dari sangat tinggi sampai sangat rendah.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model kolmogorov-smirnov hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

1. H_0 : Data Berasal Dari Populasi Berdistribusi Normal
 H_a : Data Dari Populasi Yang Berdistribusi Tidak Normal

2. Apabila (Sig) > 0,025 Maka Ho Diterima (Normal)

Apabila (Sig) < 0,025 Maka Ho Ditolak (Tidak Normal)

3. Pengujian Normalitas Sampel Dilakukan Melalui Program SPSS (Statistical Program And Service Solution Seri 20).

Penjelasan Dari Butir 1 Dan 2, Dengan Perhitungan Angka Sig Untuk Variabel X Dan Y Pada Uji Kolmogorov Smirnov (KS) Maka Distribusi Data Variabel Z

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "korelasi antara", "hubungan antara", atau "pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation From Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur Pengujian:

1. Ho: Model Regresi Berbentuk Linier

Ha: Model Regresi Tidak Berbentuk Linier

2. Jika Probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) Maka Ho Ditolak

Jika Probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) Maka Ho Diterima

Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program And Service Solution Seri 20.0)

Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel x linier atau tidak linier.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas,

sedangkan unsur $(1 - r^2)$ di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolineritas.

Prosedur Pengujian

1. Jika Nilai VIF ≥ 10 Maka Ada Gejala Multikolineritas

Jika Nilai VIF ≤ 10 Maka Tidak Ada Gejala Multikolineritas

2. Jika Nilai Tolerance $< 0,1$ Maka Ada Gejala Multikolineritas

Jika Nilai Tolerance $> 0,1$ Maka Tidak Ada Gejala Multikolineritas

3. Pengujian Multikolineritas Dilakukan Melalui Program SPSS (Statistical Program And Service Solution Seri 20.0).

4. Penjelasan Kesimpulan Dari Butir 1 Dan 2, Dengan Membandingkan Nilai Probabilitas (Sig) $> 0,1$ Maka Variable X Multikolineritas Atau Tidak Multikolineritas.

3.9 Metode Analisis Data

(Sugiyono 2016) menyatakan bahwa: metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variable dan respon, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Minat Berkunjung(Y) dan E-WOM(X1) serta *Brand Image* (X2) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21.0. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = A + B_1x_1 + B_2x_2 + E$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat Yaitu Minat Berkunjung

A = Konstanta

B_1 - B_2 = Koefisien Regresi Variabel Bebas

X_1 = E-WOM

X_2 = Brand Image

E = Standar Error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji T

1. Pengaruh Minat Berkunjung (Y) Terhadap E-WOM (X1)

Ho = Minat Berkunjung (Y) Tidak Berpengaruh Terhadap E- WOM(X1) Pada Hotel Golden Tulip.

Ha = Minat Berkunjung (Y) Berpengaruh Terhadap E- WOM(X1) Pada Hotel Golden Tulip.

Kriteria Pengujian Dilakukan Dengan :

- a. Jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka Ho Ditolak
- b. Jika Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka Ho Diterima

2. Pengaruh Minat Berkunjung(Y) Terhadap *Brand Image*(X2)

Ho = Minat Berkunjung (Y) Tidak Berpengaruh Terhadap *Brand Image* (X2) Pada Hotel Golden Tulip.

Ha = Minat Berkunjung (Y) Berpengaruh Terhadap *Brand Image* (X2) Pada Hotel Golden Tulip.

Kriteria Pengujian Dilakukan Dengan :

- a. Jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka Ho Ditolak
- b. Jika Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka Ho Diterima

3. Pengaruh E-WOM(X1) Dan *Brand Image*(X2) Terhadap Minat Berkunjung(Y)

Ho = E-WOM(X1) Dan *Brand Image*(X2) Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung (Y) Pada Hotel Golden Tulip.

Ha = E-WOM(X1) Dan *Brand Image*(X2) Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung (Y) Pada Hotel Golden Tulip.

Kriteria Pengujian Dilakukan Dengan :

- A. Jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka Ho Ditolak
- B. Jika Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka Ho Diterima

3.10.2 Uji F

Uji F : Pengaruh E-Wom(X1) Dan *Brand Image*(X2) Terhadap Minat Berkunjung(Y) Pada Hotel Golden Tulip Springhill Lampung

Ho = *Eletronic Word Of Mouth* (X1) Dan *Brand Image*(X2), Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Golden Tulip

$H_a = \text{Eletronic Word Of Mouth (X1) Dan Brand Image(X2), Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Golden Tulip}$

Kriteria Pengujian Dilakukan Dengan Cara:

1.1 Membandingkan Hasil Perhitungan F Dengan Kriteria Sebagai Berikut:

A. Jika Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ Maka H_0 Ditolak Dan H_a Diterima

B. Jika Nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ Maka H_0 Diterima Dan H_a Ditolak

2.1 Menentukan Nilai Titik Kritis Untuk F Tabel Pada $Db_1=K$ Dan $Db_2 = N-K-1$

Menentukan Kesimpulan Dari Hasil Uji Hipotesis

Menentukan Kesimpulan Dari Hasil Uji Hipotesis