

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskriptif adalah yang merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian, dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian hipotesis dengan deskripsi data responden, peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dari pengujian data kuesioner hasil jawaban responden yang berjumlah 100 orang pengunjung Bukit Sakura Bandar Lampung. yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti pada uji frekuensi diketahui gambaran atau deskripsi karakteristik responden berdasarkan Usia, Jenis Kelamin Pekerjaan dan Media Sosial yang Sering Digunakan responden dalam penelitian ini, yaitu dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Laki-laki	41	41,0 %
2	Perempuan	59	59,0 %
Jumlah		100	100,0%

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas adalah hasil uji frekuensi dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 59 orang pengunjung Bukit Sakura Bandar Lampung.

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)
1	17-20 Tahun	28 Orang
2	21-30 Tahun	36 Orang
3	31- 40 Tahun	18 Orang
4	41-50 Tahun	14 Orang
5	51-55Tahun	4 Orang
Jumlah		100 Orang

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas adalah data hasil uji frekuensi dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia responden yaitu, responden dengan usia 17-20 tahun memiliki frekuensi sebanyak 28 orang, responden yang berusia 21-30 tahun memiliki frekuensi sebanyak 36 orang, responden dengan usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 18 orang, responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 14 orang, sedangkan responden yang berusia 51-55 tahun sebanyak 4 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung Bukit Sakura Bandar Lampung didominasi oleh usia 21-30 tahun yang berjumlah 36 orang

Tabel 4.3

Karakteritik Berdasarkan Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)
1	Pegawai Negeri Sipil	16 Orang
2	Wiraswasta	15 Orang
3	Mahasiswa/Pelajar	51 Orang
4	Pegawai Swasta	13 Orang
5	Lain-lain	5 Orang
Jumlah		100 Orang

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas adalah data hasil uji frekuensi dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden yaitu, responden dengan pekerjaan pegawai negeri sipil memiliki frekuensi sebanyak 16 orang, responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 15 orang, responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 51 orang, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 13 orang dan lain-lain sebanyak 5 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung Bukit Sakura Bandar Lampung didominasi oleh pengunjung yang bekerja sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 51 orang.

Tabel 4.4

Karakteritik Berdasarkan

Media Sosial Yang Sering Digunakan Responden

No	Media Sosial	Frekuensi (Orang)
1	Instagram	50 Orang
2	Twitter	8 Orang
3	Facebook	42 Orang
Jumlah		100 Orang

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas adalah data hasil uji frekuensi dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan media sosial yang

sering digunakan responden yaitu, responden yang menggunakan instagram memiliki frekuensi sebanyak 50 orang, responden yang menggunakan twitter sebanyak 8 orang, sedangkan responden yang menggunakan facebook sebanyak 42 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung Bukit Sakura Bandar Lampung didominasi oleh pengguna instagram yaitu sebanyak 50 orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel *Electronic Word Of Mouth* dan Keputusan Berkunjung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Jawaban Responden
Variabel Electronic Word Of Mouth (X)

No	Pernyataan-Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Intensity											
1	Saya mencari informasi Bukit Sakura melalui media sosial.	35	35,0	37	37,0	27	27,0	1	1,0	0	0
2	Sering menceritakan tentang Bukit Sakura dibanding dengan wisata sejenis lainnya.	24	24,0	46	46,0	25	25,0	5	5,0	0	0
3	Saya berinteraksi dengan pengguna lain di media sosial mengenai Bukit Sakura.	20	20,0	39	39,0	28	28,0	13	13,0	0	0
4	Saya melihat banyaknya ulasan mengenai Bukit Sakura di media	17	17,0	44	44,0	22	22,0	17	17,0	0	0

	sosial.										
5	Saya mengetahui Bukit Sakura dari media sosial.	29	29,0	35	35,0	27	27,0	8	8,0	1	1,0
Valence of Opinion											
6	Saya melihat komentar positif di media sosial tentang Bukit Sakura.	13	13,0	45	45,0	26	26,0	16	16,0	0	0
7	Saya tertarik mengunjungi Bukit Sakura karena rekomendasi dari orang lain.	13	13,0	45	45,0	26	26,0	16	16,0	0	0
8	Saya menceritakan hal negatif tentang Bukit Sakura kepada pengguna lain di media sosial.	22	22,0	44	44,0	20	20,0	14	14,0	0	0
9	Saya mendapat informasi positif tentang Bukit Sakura.	18	18,0	49	49,0	15	15,0	18	18,0	0	0
10	Saya melihat komentar negatif di media sosial tentang Bukit Sakura.	32	32,0	42	42,0	22	22,0	4	4,0	0	0
Content											
11	Saya mendapatkan informasi berbagai fasilitas di Bukit Sakura.	30	30,0	36	36,0	29	29,0	5	5,0	0	0
12	Membagikan ulasan mengenai kualitas Bukit Sakura di media sosial.	24	24,0	37	37,0	32	32,0	7	7,0	0	0

13	Harga tiket masuk di Bukit Sakura sangat terjangkau.	24	24,0	46	46,0	25	25,0	5	5,0	0	0
14	Saya mendapat informasi mengenai kualitas Bukit Sakura dari media sosial.	26	26,0	38	38,0	26	26,0	10	10,0	0	0
15	Menceritakan kualitas yang di tawarkan Bukit Sakura.	30	30,0	36	36,0	29	29,0	5	5,0	0	0

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.5 hasil jawaban responden variabel *Electronic Word Of Mouth* (X) diatas dapat diketahui bahwa pernyataan dari no 1-15 dengan responden yang menjawab sangat setuju yaitu didominan oleh pernyataan ke 11 sejumlah 37 responden dan jawaban setuju didominan oleh pernyataan ke 9 sejumlah 49 responden, serta responden yang menyatakan cukup setuju didominan oleh pernyataan ke 12 sejumlah 32 responden, responden yang menyatakan tidak setuju didominan oleh pernyataan ke 9 sejumlah 18 responden sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju didominan oleh pernyataan ke 5 sejumlah 1 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masih banyak responden yang setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tentang variabel *Electronic Word Of Mouth*.

Tabel 4.6

**Hasil Uji Frekuensi Data Kuesioner Jawaban Responden
Variabel Keputusan Berkunjung (Y)**

No	Pernyataan-Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya menyadari bahwa berlibur merupakan	33	33,0	44	44,0	17	17,0	6	6,0	0	0

	bagian yang penting.										
2	Saya mengunjungi Bukit Sakura karena memiliki tema yang menarik.	28	28,0	54	54,0	15	15,0	3	3,0	0	0
3	Bukit Sakura menyediakan penyewaan kostum tradisional Jepang.	30	30,0	43	43,0	13	13,0	14	14,0	0	0
4	Saya akan mengunjungi Bukit Sakura.	32	32,0	47	47,0	16	16,0	5	5,0	0	0
5	Saya merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan di Bukit Sakura.	17	17,0	48	48,0	24	24,0	11	11,0	0	0
6.	Merekomendasikan Bukit Sakura ke orang lain.	19	19,0	51	51,0	19	19,0	11	11,0	0	0

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.6 hasil jawaban responden variabel Keputusan Berkunjung diatas dapat diketahui bahwa pernyataan dari no 1-6 dengan responden yang menjawab sangat setuju yaitu didominan oleh pernyataan ke 1 sejumlah 33 responden, jawaban setuju didominan oleh pernyataan ke 2 sejumlah 54 responden, responden yang menyatakan cukup setuju didominan oleh pernyataan ke 5 sejumlah 24 responden. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju didominan oleh pernyataan ke 3 sejumlah 14 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masih banyak responden yang setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan tentang variabel Keputusan Berkunjung.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang

diuji cobakan kepada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel
Electronic Word Of Mouth

Item Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 5	0,003	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 9	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 10	0,003	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 11	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 12	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 13	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 14	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 15	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas adalah hasil uji validitas data yang variabel *Electronic Word Of Mouth (X)* dengan menampilkan 15 item pernyataan yang telah dijawab oleh 30 responden menunjukkan bahwa keseluruhan nilai signifikansi dari setiap butir pernyataan adalah valid, dapat diartikan bahwa semua butir pernyataan valid dan memenuhi standar kevalidan instrumen. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada kuesioner yang berkaitan dengan variabel *Electronic Word Of Mouth (X)* dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel
Keputusan Berkunjung

Item Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,002	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 3	0,001	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas adalah hasil uji validitas data yang variabel Keputusan Berkunjung (Y) dengan menampilkan 6 item pernyataan yang telah dijawab oleh 30 responden menunjukkan bahwa keseluruhan nilai signifikansi dari setiap butir pernyataan adalah valid, dapat diartikan bahwa semua butir pernyataan valid dan memenuhi standar kevalidan instrumen. Maka dapat disimpulkan bahwa data pada kuesioner yang berkaitan dengan variabel Keputusan Berkunjung (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 20. Ketentuan reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9
Daftar Nilai Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0, 5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel 4.9 ketentuan reliabilitas, maka dapat dilihat dari pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Status
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	0,770	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,775	Reliabel

Sumber : Data diolah pada tahun 2019.

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel *Electronic Word Of Mouth* (X) dengan nilai *Cronbach alpha* 0,770 yang artinya tingkat reliabilitas tinggi. Pada variabel Keputusan Berkunjung dengan nilai *Cronbach alpha* 0,775 yang artinya tingkat reliabilitas tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan instrumen pernyataan-pernyataan pada masing-masing variabel telah memenuhi syarat realibilitas instrumen dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

2.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

2.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampelyang diambil sudah representatif atau sebaliknya, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Berdasarkan hasil uji normalitas sampel seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

Skewness		Kurtosis	
Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
0,162	0,427	-0,046	0,883

Sumber : Data diolah pada tahun 2019.

2.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Berdasarkan hasil pengujian data uji linearitas sampel dalam penelitian ini, diperoleh hasil seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig. Deviation From Liniarity	Taraf Signifikan	Kondisi	Kesimpulan
(X) Terhadap (Y)	0,174	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas adalah hasil uji linieritas bahwa dari perhitungan *ANOVA Table* pada baris *Deviantion from linearity* menunjukkan diperoleh nilai signifikan untuk variabel *Electronic Word Of Mouth (X)* sebesar $0,174 > 0,05$ (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa data-data kuesioner hasil jawaban responen dalam penelitian ini menyatakan variabel independen memiliki hubungan dengan variabel dependen atau model regresi berbentuk linier.

4.4 Hasil Uji Analisis Data

4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan dalam suatu penelitian untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antar variabel independen dengan variabel dependen dan hanya didasari oleh satu variabel independen. Maka dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel independen yaitu *Electronic Word Of Mouth*(X) serta variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung (Y). Adapun hasil pengujian *Coefficients* data uji Regresi Linier Sederhana tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Sederhana

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3,683	1,512
<i>Electronic Word Of Mouth</i> (X)	0,337	0,028

Sumber: Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,683 + 0,337$$

1. Koefisien konstanta Keputusan Berkunjung (Y)

Variabel Keputusan Berkunjung (Y) tepat sebesar 3,683 dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

2. *Electronic Word Of Mouth* (X)

Setiap penambahan 1 nilai variabel *Electronic Word Of Mouth* (X)

maka Keputusan Berkunjung (Y) akan bertambah sebesar 0,337.

4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

VARIABEL	R	R^2 (R-Square)
<i>Electronic Word Of Mouth.</i>	0,918	0,842

Sumber : Data diolah pada tahun 2019.

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diperoleh nilai koefisien determinasi R Square 0,842 atau 84,2% Keputusan Berkunjung di pengaruhi oleh *Electronic Word Of Mouth* (X) dan sisanya 15,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t (Secara Parsial)

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan rumusan masalah dan hipotesis yang telah ajukan oleh peneliti pada bab sebelumnya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada tidaknya pengaruh yang antara variabel independen secara individu (secara parsial) terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji t dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha=0,05/2 = 0,025$. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Secara Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Kesimpulan
(X) Terhadap (Y)	12,238	2,052	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ho ditolak dan Ha diterima

Sumber : Data diolah pada tahun 2019.

H1 : Terdapat Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (X) berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Berdasarkan tabel 4.16 diatas adalah nilai *coeffecient* menjelaskan bahwa hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh untuk variabel *Electronic Word Of Mouth* (X) nilai t_{hitung} sebesar 12,238 sedangkan nilai t_{table} dengan tingkat kepercayaan 95% yaitu $\alpha = 0,05/2 = 0,025$ dan $df = 30-2-1$ adalah sebesar 2,052, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($12,238 > 2,052$). Maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima. Sehingga kesimpulan dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini bahwa terdapat pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

4.6 Pembahasan

Dari hasil yang telah dijelaskan diatas diperoleh nilai *Koefisien Korelasi* (R) sebesar 0,918 yang menyatakan tingkat keeratan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen tinggi. Sedangkan nilai *Koefisien Determinasi* (R^2) sebesar 0,842, nilai tersebut menyatakan bahwa besarnya pengaruh variabel *Electronic Word Of Mouth* (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Bukit Sakura sebesar 84,2% dan sisanya 15,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui dan membuktikan hipotesis bahwa ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini diperoleh nilai *Coefficient* menjelaskan bahwa hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh untuk variabel *Electronic Word Of Mouth (X)* menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($12,238 > 2,052$). Dapat diartikan bahwa dari hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdapat pengaruh *Electronic Word Of Mouth (X)* terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Bukit Sakura.