

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif ialah data yang berbentuk angka, misalnya : harga saham, besarnya pendapatan, dan lain-lain, (Nugroho, 2018).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel *Word Of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknis analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat di uji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh persial maupun silmultan antara variabel independen yaitu *Word Of Mouth* (X<sub>1</sub>), dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Berkunjung.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah wisata tirtosari view yang berada di desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Adapun pertimbangan peneliti memilih lokasi sebagai objek penelitian adalah sebagai berikut : lokasi yang mudah dijangkau

- a. Lokasi mudah dijangkau Keberadaan tempat tinggal peneliti di Kabupaten Lumajang sangat mendukung dalam pendekatan dan penyebaran kuesioner pada masyarakat.

- b. Perkembangan wisata Tirtosari view di desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang yang sering di bicarakan banyak orang karna wisata yang menarik.
- c. Objek penelitian ini adalah variabel independen yaitu *Word Of Mouth*, kualitas pelayanan serta variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung.

### 3.3 Jenis Dan Sumber Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder, sebagai berikut :

##### a. Data Primer

Nugroho (2018), pengertian data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview, observasi. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden yaitu pengunjung wisata tirtosari view.

##### b. Data Sekunder

Nugroho (2018), data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku –buku, dokumen, media internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. data

diperoleh dari teori-teori tentang variabel independen *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung.

### **3.3.2 Sumber Data**

#### **a. Data Internal**

Nugroho (2018), data internal adalah data dari dalam suatu organisasi yang menggambarkan keadaan organisasi tersebut. Contohnya : suatu perusahaan, jumlah karyawannya, jumlah modalnya, atau jumlah produksinya, dan lain-lain. Data internal merupakan data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Data internal dalam penelitian ini adalah tentang profil wisata tirtosari view yang bersumber dari pihak pengelola dan kelompok sadar wisata (pokdarwis) dari wisata tirtosari view.

#### **c. Data Eksternal**

Nugroho (2018), data eksternal adalah data dari luar suatu organisasi yang dapat menggambarkan factor-faktor yang mungkin memengaruhi hasil kerja suatu organisasi. Dalam penelitian ini data eksternal yang digunakan adalah koesioner yang di isi oleh pengunjung wisata.

### **3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas : obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Menurut (sugiyono dalam Agung, 2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung wisata Tirtosari view desa Penanggal Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang.

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul representatif atau mewakili (Agung, 2012).

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel Agung (2012). Dengan menggunakan teknik sampling *Accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Agung, 2012).

Teknik Sampling yang menggunakan rumus atau metode Roscoe dimana berpendapat bahwa ukuran sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya, pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 20 dikali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, variabel penelitiannya ada 4 (dependen+independen), maka jumlah anggota sampel =  $4 \times 20 = 80$ .
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10-20 (Sugiyono, 2015).

Analisis dalam penelitian ini merupakan analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari dua (2) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil  $10 \times 3$  variabel = 30 anggota sampel. Jumlah sampel yang semakin besar akan memberikan hasil yang lebih baik, oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini ditingkatkan menjadi 20 sampel untuk setiap variabel. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $20 \times 3$  variabel = 60 sampel.

### **3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu konsep yang dapat diasumsikan sebagai suatu kisaran nilai. Suatu variabel adalah jumlah yang terukur yang dapat bervariasi atau mudah berubah (Mashadi, 2019).

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 (Dua) variabel independen *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung.

**a. Variabel independen**

Variabel independen, identik dengan variabel bebas, penjelas, atau independen variabel. Mashadi (2019), menjelaskan Variabel bebas adalah suatu variabel yang variansinya mempengaruhi variabel lain.

Variabel ini dilambangkan dengan X ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

- 1) Pengaruh *Word oOf Mouth* (X<sub>1</sub>)
- 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

**b. Variabel Dependen**

Variabel dependen, identik dengan variabel terikat, yang dijelaskan, atau dependen. Mashadi (2019), menyebutnya sebagai variabel tergantung, yaitu variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.

Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Berkunjung (Y).

### 3.5.2 Definisi Konseptual

#### a. *Word of Mouth* (X1)

Rifa'i (2019) *Word Of Mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan, karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dipercaya oleh pelanggan dan pelanggan biasanya sulit untuk mengevaluasi jasa yang belum dibeli atau dirasakan sendiri.

#### b. Kualitas Pelayanan (X2)

Laksana (2019) kualitas pelayanan ialah kualitas yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

#### c. Keputusan Berkunjung (Y)

Intan Juwita dalam Setiyorini et al (2018) mendefinisikan keputusan berkunjung yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

### 3.5.3 Definisi Operasional

Menurut Widodo (2017) berpendapat bahwa, kegiatan pengukuran variabel penelitian dilihat berdasarkan ciri-ciri spesifik yang tercermin dalam dimensi-dimensi atau indikator-indikator variabel penelitian disebut dengan definisi operasional. Variabel independen atau variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan variabel dependen yang mempunyai hubungan

positif ataupun negatif bagi variabel dependen lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

**a. *Word Of Mouth* (X<sub>1</sub>)**

Rifa'i (2019) *Word Of Mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan, karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dipercaya oleh pelanggan dan pelanggan biasanya sulit untuk mengevaluasi jasa yang belum dibeli atau dirasakan sendiri.

*Word Of Mouth* dapat diukur dengan menggunakan sejumlah dimensi yang dapat menakar pesebarannya Priansa (2017) yaitu:

- 1). *Talkers*, pembicara adalah kumpulan target dimana mereka yang akan membicarakan suatu merek biasa disebut juga influencer. *Talkers* ini bisa siapa saja mulai dari teman, tetangga, keluarga, kerabat kerja, serta kerabat terdekat lainnya.
- 2). *Topics*, pesan yang tergantung dalam wom menjadi substansi yang diberikan.
- 3). *Tools*, suatu alat untuk membantu agar pesan tersebut dapat berjalan dan tersebar sehingga bisa membuat orang mudah membicarakan atau menularkan produk kepada temannya. Misalnya menggunakan *smartphone* atau media cetak lainnya poster dll.

Untuk menjaring pendapat responden mengenai variabel *Word Of Mouth*, maka disusun pernyataan berdasarkan indikator tersebut, adalah sebagai berikut :

- 1) Wisata Tirtosari View layak untuk direkomendasikan kepada pengunjung lain.
- 2) Wisata Tirtosari View menjadi tempat wisata terbaik bagi pengunjung.

- 3) Wisata Tirtosari View memanfaatkan media sosial dan media cetak sebagai sarana promosi.

**c. Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Laksana (2019) Kualitas Pelayanan ialah kualitas yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Adapun Indikator yang digunakan untuk variabel kualitas pelayanan yang mengarah pada pengertian kualitas pelayanan menurut Putro (2018). adalah sebagai berikut:

- 1) Bukti fisik (*Tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.
- 2) Empati (*Empathy*) adalah memberikan perhatian, tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.
- 3) Daya tangkap (*Responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
- 4) Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 5) Jaminan (*Assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan indikator tentang Kualitas Pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang sesuai disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Wisata Tirtosari View mempunyai banyak fasilitas.
- 2) Pengelola wisata memberikan perhatian kepada setiap pengunjung.
- 3) Pengelola wisata bertindak cepat dan tanggap dalam melayani setiap pengunjung.
- 4) Pengelola wisata semaksimal mungkin menghindari kesalahan dalam memberikan pelayanan.
- 5) Pengelola wisata dapat dipercaya sesuai dengan harapan pengunjung.

**d. Keputusan Berkunjung (Y)**

Intan Juwita Setiyorini et al (2018) mendefinisikan keputusan berkunjung yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Indikator yang menentukan minat berkunjung menurut (Indriani & Kuswoyo 2017):

- 1) Ketertarikan produk, yaitu konsumen memiliki kecenderungan membeli atau mengiginkan suatu produk yang berbeda dari produk yang lain.
- 2) *Price*, minat *price* yaitu tertariknya konsumen dengan harga yang ditawarkan, sesuai dengan biaya yang dimiliki konsumen dan antara harga dengan fasilitas yang ditawarkan sesuai.

- 3) Minat pelayanan dan fasilitas adalah sarana dan prasana pendukung pariwisata yang ditawarkan terhadap konsumen, sehingga konsumen berminat untuk melakukan perjalanan pariwisata.
- 4) *Preferensial*, minat *preferensial* memiliki fokus utama pada suatu produk tertentu. Minat *Preferensial* memiliki dapat berubah apabila produk yang telah menjadi fokus utama mengalami perubahan atau terjadi sesuatu yang tidak lagi sesuai dengan minat konsumen.
- 5) Informasi, pengunjung lebih mudah mendapatkan info tentang produk atau tujuan wisata.
- 6) *Referensial*, adalah konsumen yang tertarik dengan produk tertentu atau tujuan wisata tertentu karena mendapatkan referensi dari konsumen lain.

Berdasarkan indikator tentang Keputusan Berkunjung tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang sesuai disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Saya tertarik berkunjung ke wisata Tirtosari View tempat wisatanya alami.
- 2) Saya tertarik berkunjung ke wisata Tirtosari View harga yang terjangkau.
- 3) Saya merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas di wisata Tirtosari View.
- 4) Saya terkesan terhadap pemandangan wisata Tirtosari View yang ditawarkan.
- 5) Saya mendapatkan informasi wisata dari pengunjung lain dan media sosial.
- 6) Saya tertarik berkunjung rekomendasi dari pengunjung lain.

### 3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Sahadi (2018) Instrumen penelitian yaitu berupa formulir isian ini didalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan data penelitian yang harus dijawab oleh responden secara obyektif, sehingga dapat menggambarkan keadaan sebenarnya.

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

No.	Variabel	Indikator	Insrtrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Word Of Mouth</i> (X1)	1. <i>Talker</i> , 2. <i>Topics</i> 3. <i>Tools</i>	1. Wisata Tirtosari view layak untuk direkomendasikan kepada pengunjung lain. 2. Wisata Tirtosari View menjadi tempat wisata terbaik bagi pengunjung. 3. Wisata Tirtosari view memanfaatkan media sosial dan media cetak sebagai sarana promosi.	Ordinal	Priansa (2017)
2	Kualiatas Pelayanan (X2)	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Empathy</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Reliability</i> 5. <i>Assurance</i>	1. Wisata Tirtosari View mempunyai banyak fasilitas. 2. Pengelola wisata memberikan perhatian kepada setiap pengunjung. 3. Pengelola wisata bertindak cepat dan tanggap dalam melayani setiap pengunjung. 4. Pengelola wisata semaksimal mungkin menghindari kesalahan dalam memberikan pelayanan.	Ordinal	Putro (2018).

			5. Pengelola wisata dapat dipercaya sesuai dengan harapan pengunjung.		
3.	Keputusan Berkunjung (Y)	1. Ketertarikan produk 2. <i>Price</i> 3. Minat pelayanan dan fasilitas 4. <i>Preferensial</i> 5. Informasi 6. <i>Referensial</i>	1) Saya tertarik berkunjung ke wisata Tirtosari View tempat wisatanya alami. 2) Saya tertarik berkunjung ke wisata Tirtosari View harga yang terjangkau. 3) Saya merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas di wisata Tirtosari View. 4) Saya terkesan terhadap pemandangan wisata Tirtosari View yang ditawarkan. 5) Saya mendapatkan informasi wisata dari pengunjung lain dan media sosial. 6) Saya tertarik berkunjung rekomendasi dari pengunjung lain.	Ordinal	Indriani & Kuswoyo (2017)

### 3.7 Metode pengumpulan Data

Sahadi (2018) Metode pengumpulan data merupakan sekelompok atau sekumpulan bahan mentah apabila diolah akan menjadi informasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk pengambilan keputusan.

#### 3.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Agung (2012) Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan

penelitian diberikan kepada pengunjung wisata Tirtosari View. Pengukuran data untuk variabel *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung dilakukan dengan memberi skor tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *Likert*.

Skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social Agung (2012). Dengan skala *likert*, maka variabel yang dikukur akan dijabarkan menjadi indicator variabel. Pengukuran data variabel *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung dilakukan dengan pemberian skor pada setia pernyataan dari kuesioner. Pemberian skor ini berdasarkan skala *likert*. Menurut Agung (2012) berpendapat bahwa cara member skor pada skala *likert* sebagai berikut:

- |   |   |
|---|---|
| 1) Sangat setuju/sangat positif diberi skor             | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor                    | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor           | 3 |
| 4) Tidak setuju/hamper tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor         | 1 |

### 3.7.2 Wawancara

Agung (2012) Wawancara adalah teknik pengumpulan data, ketika peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin meneliti mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan respondennya kecil.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pihak pengelola wisata dan pengunjung wisata Tirtosari View.

### 3.7.3 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Agung (2012) menjelaskan bahwa, Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi dan melakukan pengamatan terhadap pengunjung wisata yang datang ke tempat wisata Tirtosari View.

### 3.7.4 Dokumentasi

Mashadi (2019) Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Peneliti mengumpulkan data mencatat dokumentasi melalui wawancara dengan pengunjung wisata, dan mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini dengan cara membaca literatur-literatur.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validasi dan rehabilitas. Kemudian dilakukan analisis dan uji pengaruh menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

### 3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, perlu dilakukannya pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam menjangkau data responden, asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk dilakukan hipotesis tahap selanjutnya.

#### a. Ujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika kuesioner dikatakan valid maka pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Mashadi (2019).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang didapatkan dari pertanyaan. Apabila *Pearson Correlation* yang didapat memiliki nilai bawah 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid (Mashadi 2019).

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali dalam Putro (2018) alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *Cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach alpha*  $> 0,70$  (Putro, 2018).

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan. Menurut Atmaja (2009) menyatakan bahwa, asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus *continue* dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi  $Y$ . Artinya, nilai  $(Y - Y')$  harus sama untuk semua nilai  $Y'$ . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut "*homoscedasticity*". Selain itu, nilai residual atau  $(Y - Y')$  harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorrelation*" atau otokorelasi. Otokorelasi sering terjadi jika data dikumpulkan pada suatu periode waktu.
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

### **a. Uji Normalitas**

Menurut Mashadi (2019) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan cara melihat normal *Probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal.

Normalisasi data bisa terdeteksi dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dalam grafik. Jika data (titik) menyebar menjauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas data. Menurut Ghozali dalam (Mashadi, 2019).

### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali dalam Mashadi (2019) Uji multikolinieritas yaitu studi penelitian ini dengan cara menganalisis matriks korelasi antar variabel independen dan penghitungan nilai *tolerance* dan VIF. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10, ketika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF > 10, maka tidak terjadi multikolinieritas pada persamaan regresi penelitian.

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Mashadi (2019) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidak samaan varian dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali dalam Mashadi (2019) deteksi ada tidaknya pola tertentu dalam grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*.

Dasar analisis :

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebarkan diatas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Putro, 2018).

Menurut Jacklin et al. (2019) bahwa analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan oleh peneliti dengan maksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :	
Y'	= Keputusan Berkunjung
$\beta_0$	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2$	= Koefisien Regresi
X1	= <i>Word Of Moutd</i>
X2	= Kualitas Pelayanan
e	= Standart Error

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu budaya, pribadi dan sosial dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian serta untuk mengetahui hubungan yang terjadi.

#### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (*Word Of Mout* dan Kuliats Pelayanan) terhadap variabel dependen (Keputusan Berkunjung).

##### a. Uji t (Uji Parsial )

Uji t merupakan alat uji untuk mengetahui apakah variabel independen *Word Of Mout* (X1), Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Keputusan Berkunjung (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Mashadi (2019) Langkah – langkah pengujian hipotesisi adalah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan Hipotesis:

#### Hipotesis pertama

- $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh *Word Of Mouth* yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Tirtosari View.
- $H_a$  : Terdapat pengaruh *Word Of Mouth* yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Tirtosari View.

#### Hipotesis kedua

- $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Tirtosari View.
- $H_a$  : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Tirtosari View.

#### 2) Menentukan tingkat signifikan dan derajat kebebasan

Tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 0,05 untuk derajat kebebasan menggunakan formula  $df = n - 2$ , dimana  $n$  adalah besaran sampel. Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima dan artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikan  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak dan artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen

#### 3) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila  $-t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Apabila  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### 4) Menemukan nilai $t_{hitung}$ dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

#### **b. Uji F ( Uji Simultan)**

Uji F merupakan alat uji untuk mengetahui apakah variabel independen *Word Of Mouth* ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan Berkunjung ( $Y$ ). terdapat beberapa tahapan dalam pengujian uji F menurut Mashadi (2019) yaitu :

1). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Tirtosari View.

$H_a$  : Terdapat pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Tirtosari View.

2) Menentukan tingkat signifikan dan derajat kebebasan

Tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 0,05 untuk df pembilang = k, dan df penyebut = n - k - 1. Jika nilai signifikan < 0,05, maka hipotesis diterima dan artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikan >0,05, maka hipotesis ditolak dan artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3)  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$

a)  $F_{hitung}$  dapat dilihat di tabel di tabel ANOVA

b)  $F_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik.

4) Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

**c. Uji Koefisien Derterminasi ( $R^2$ )**

Menurut Putro (2018) Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (dependen) sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas (independen) memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (dependen).

