

## **bab 3**

### **metode penelitian**

#### **3.1 jenis penelitian**

metode dalam penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana kuantitatif merupakan langkah penelitian yang menghasilkan data berupa angka-angka, dimana pada dasarnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif atau inferensial. metode kuantitatif dipakai untuk meneliti pada populasi dan sampel melalui instrumen dengan maksud dan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. (silaen, 2018:18).

jenis dalam penelitian ini tergolong dalam penelitian dimana mencari hubungan kausal. hubungan kausal yaitu hubungan yang memiliki sifat sebab akibat. oleh sebab itu penelitian ini terdapat sebuah variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi) (sugiyono, 2017:64)

menganalisis dari variabel independen yang terdiri atas *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono gucialit lumajang, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis linier berganda yang mana uji hipotesis menjelaskan adanya pengaruh yang secara parsial maupun simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. dengan begitu akan diketahui variabel mana diantara *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono gucialit lumajang.

### 3.2 objek penelitian

lokasi objek yang diteliti berada pada pt perkebunan nusantara xii (ptpn xii) di dusun sidorukun, desa gucialit, kecamatan gucialit, kabupaten lumajang, provinsi jawa timur.

alasan peneliti memilih lokasi tersebut dengan adanya beberapa pertimbangan. yaitu :

- a. ingin membuktikan apakah *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono gucialit lumajang.
- b. para pengunjung wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang yang sangat berperan inti dalam membantu peneliti untuk memperoleh data melalui kuisisioner.
- c. wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki keindahan dan menarik di lumajang
- d. perkembangan wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang yang sering dibicarakan banyak orang pada media sosial banyak menarik wisatawan baik lokal maupun asing untuk mengunjungi wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

### 3.3 jenis data dan sumber data

#### 3.3.1 jenis data

jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi 2 macam (suryani & hendrayadi, 2015:171)

1. data primer

merupakan data yang dihimpun dan di olah sendiri oleh organisasi atau perorangan, data primer yang diperoleh dari penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden yang berkunjung pada wisata terkait menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang menggambarkan obyek wisata, *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

2. data sekunder

adalah bentuk data yang diperoleh sudah jadi, sudah terkumpulkan dan pihak lain yang mengelola. data sekunder dalam penelitian ini dapat berupa publikasi ilmiah dan jurnal serta penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung.

#### 3.3.2 sumber data

kuncoro dalam vonstania (2018:35) menyatakan bahwa terdapat dua sumber data, yaitu :

1. data internal adalah data yang berasal dari dalam suatu instansi atau organisasi.

2. data eksternal adalah jenis data yang berasal dari luar perusahaan atau organisasi.

dari penjelasan di atas data yang peneliti gunakan adalah internal. data internal dapat berupa informasi mengenai wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang yang diperoleh dari kantor instansi ptpn xii kebun teh kertowono kecamatan gucilait lumajang.

### **3.4 populasi, sampel dan teknik sampling**

#### **3.4.1 populasi**

menurut (dimiyati,2009:75) populasi adalah suatu lingkup kelompok elemen yang dapat dipergunakan sebagai alternatif untuk membuat berbagai kesimpulan. kelompok pada elemen tersebut pada dasarnya merupakan obyek dimana pengamatan dilakukan. (populasi *indefinite*)

populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit, kabupaten lumajang.

#### **3.4.2 sampel**

menurut (sugiyono, 2015:120), sampel merupakan jumlah karakteristik yang mempunyai populasi tinggi dan peneliti tidak bisa mempelajari semua yang terdapat pada populasi misalnya : dari segi dana yang terbatas, tenaga dan waktu. untuk dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. dari penjasalam itu dapat diperlakukan populasi untuk sampel yang diambil.

sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang memiliki populasi tersebut, metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah metode

yang dikembangkan oleh *roscoe* dalam buku *research metode for business* (1982:253) seperti yang dikutip sebagai berikut. (sugiyono, 2015:149) :

1. ukuran sampel yang layak didalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. jika dibagi dalam kategori misalnya : pria, wanita, pegawai negeri dll.
3. eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok dan kelompokan kontrol maka jumlah anggota menjadi 10/20.
4. melakukan analisis dengan menggunakan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka anggota sampel minimal 10 dikali dari jumlah variabel yang diteliti. misalnya: variabel ada 3 (dipenden+independen), maka jumlah anggota sampel =  $15 \times 3 = 45$

### 3.4.3 teknik sampling

teknik sampling merupakan sejumlah pilihan dalam pemilihan proses menentukan elemen dari populasi supaya dapat memahami sampel, suatu pemahaman subjek sampel, kategori elemen populasi memungkinkan dapat untuk di generalisasikan. arikunto & sularso (dalam sudaryono, 2017:167)

menurut (agustinova, 2015:122), dalam pengambilan sampling ada dua, yaitu

1. *probability sampling* adalah suatu yang memeberikan keluasan bagi setiap anggota yang sama persis populasi untuk dijadikan menjadi anggota sampel. teknik tersebut meliputi : *proportionate stratified, random sampling, disproportionate stratified random sampling, area (icluse) sampling* menurut daerah.

2. *nonprobability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel sama sekali tidak memberikan alasan atau peluang sama terhadap unsur atau populasi untuk memilih sampel. teknik ini meliputi : sampling sistematis, kuota, *insidental*, *purposive*, jenuh, *snowball*.

teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *sampling insidental*. mengungkapkan *sampling insidental* merupakan teknik dalam mengambil sampel yang berdasarkan kebetulan dan orang yang pernah berkunjung, dapat diartikan siapa yang pernah berkunjung dan kebetulan bertemu dengan peneliti, maka dengan itu dapat dijadikan sampel jika yang kebetulan bertemu tersebut cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.

### **3.5 variabel penelitian dan definisi operasional**

#### **3.5.1 variabel penelitian**

variabel adalah objek atau tempat terkait yang diteliti atau dapat diterapkan dari peneliti tersebut, sehingga suatu informasi dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan (ratna wijayanti & noviansyah, 2018:37). terdapat 2 variabel dalam penelitian

##### **a) variabel independen**

variabel independen yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen, dimana variabel independen mempengaruhi secara negatif maupun positif, variabel independen merupakan bentuk masalah yang akan menjadi tugas penelitian yang akan pecahkan oleh peneliti dan, disebut variabel eksogen, prediktor dan bebas.

adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah

a. *electronic word of mouth* ( $x_1$ )

b. daya tarik wisata ( $x_2$ )

**b) variabel dependen**

variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus peneliti, dalam variabel dependen terdapat suatu masalah dan tujuan yang akan menggambarkan dalam variabel dan dependen yang telah dipergunakan.

adapun dalam penelitian ini yang menjadi sasaran dependen adalah keputusan berkunjung wisatawan ( $y$ ).

**3.5.2 definisi operasional**

**1) *electronic word of mouth***

*electronic word of mouth* atau sering disebut elektronik dari mulut ke mulut adalah alat komunikasi online untuk menyebarkan pengumuman mengenai barang atau jasa yang sudah dipakai antar pembeli yang belum kenal dan berjumpa pada awalnya. Gruen (2006, dalam Priansa, 2017:351)

*electronic word of mouth* terdiri atas beberapa indikator, diantaranya :

1. *intensity* (intensitas) dalam *electronic word of mouth* adalah jumlah pendapat dan komentar yang ditulis misalnya :
  - a. frekuensi jejaring sosial untuk mengakses sebuah informasi
  - b. interaksi pengguna jejaring sosial antar frekuensi
  - c. tingginya perbincangan yang unggah oleh pengguna jejaring sosial
2. *valence of opinion* adalah masukan konsumen dari segi positif atau negatif terhadap produk, jasa dan *brand*. *valence of opinion* misalnya meliputi :
  - a. pengguna jejaring sosial yang berkomentar positif.

- b. konsumen mendapat rekomendasi positif dari jejaring sosial
  - c. terdapat komentar yang negatif dari pengguna jejaring sosial
3. *content* adalah sebuah isi informasi dari jejaring sosial yang memiliki hubungan dengan produk dan jasa. indikator dari *content* misalnya meliputi:
- a. informasi atraksi wisata yang bervariasi.
  - b. informasi dari jejaring sosial mengenai kualitas perusahaan.
  - c. informasi harga yang ditawarkan.

berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner *electronic word of mouth* sebagai berikut :

1. melalui *facebook* saya mendapatkan informasi mengenai wisata agro kebun teh kertowono.
2. melalui postingan di *facebook* saya mengetahui wisata agro kebun teh kertowono pilihan tepat untuk dikunjungi.
3. melalui *facebook* saya mengetahui harga tiket masuk di tempat wisata.

### 3.5.3 daya tarik wisata

zaenuri (2012) menyatakan bahwa di dalam sistem kepariwisataan terdapat empat indikator tujuan wisata yang saling mendukung, antara lain :

1. *attractions* atau daya tarik wisata, yang secara umum dapat bagi dalam daya tarik alam, daya tarik budaya, dan daya tarik buatan.
2. *amenities* atau fasilitas dapat berupa layanan pendukung wisata, yang antara lain meliputi jasa boga dan jasa akomodasi, serta aneka jasa lain, termasuk retail dan jasa rekreasi lainnya.
3. *access* atau pencapaian, baik menuju ke maupun di dalam daerah tujuan.

4. *ancillary services*, yang meliputi kegiatan pemasaran, pengembangan, serta koordinasi.

berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner daya tarik wisata sebagai berikut :

1. saya dapat menikmati keindahan perkebunan teh yang hijau menyejukkan mata.
2. saya merasa puas dengan gardu pandang yang ada di sekitar kebun teh.
3. akses jalan menuju ke wisata kebun teh terjangkau dan mudah dikunjungi.
4. wisata ini terkenal sebagai destinasi wisata yang memiliki pabrik pengolahan teh yang sekaligus tempat produksi.

#### **3.5.4 keputusan wisatawan berkunjung**

keputusan berkunjung wisatawan dapat diambil dari konsep keputusan pembelian. menurut (sumarwan, 2011) keputusan pembelian meliputi keputusan yang dimiliki oleh konsumen mengenai apa yang akan dibeli, kapan membeli dan dimana membeli.

proses keputusan pembelian terdapat lima tahap, yaitu (kotler & keller, 2009:185) :

1. pengalaman masalah  
rangsangan internal dan eksternal akan mengidentifikasi apa yang dapat dirasakan konsumen pada saat pembeli mengalami permasalahan dalam kebutuhan.

2. pencarian informasi

konsumen akan terdorong mencari informasi yang luas dan banyak dari suatu pembelian yang memiliki rangsangan tertentu.

3. evaluasi alternatif

proses evaluasi dalam memutuskan persaingan akan keputusan model-model terbaru sehingga menimbulkan proses evaluasi konsumen dalam alternatif evaluasi.

4. keputusan pembelian

dalam proses keputusan pembelian ini, diharuskan ada preferensi merek yang sebelumnya telah menjadi pilihan sehingga konsumen akan membentuk nilai untuk membeli merek yang paling disukai.

5. perilaku pasca pembelian

konsumen akan membeli kembali produk yang dibeli apabila konsumen merasa puas dengan pembelian sebelumnya, konsumen cenderung akan mengevaluasi tindakan setelah membeli. apabila konsumen puas terhadap produk yang dibeli semua itu akan menimbulkan pengaruh terhadap perilaku konsumen untuk membeli kembali.

penyusunan kuesioner proses keputusan pembelian terdapat lima tahap,

yaitu :

- a. saya berkunjung ke wisata ini karena sesuai dengan keinginan saya.
- b. saya berkunjung ke wisata ini karena mendapat informasi dari *facebook*.
- c. saya berkunjung ke wisata ini karena memiliki keunggulan dibandingkan wisata yang lain.

- d. saya berkunjung ke wisata karena menjadi pilihan yang tepat untuk dikunjungi.
- e. saya merasa puas dengan informasi desitiasi wisata di *facebook*, di lain waktu saya akan tetap berkunjung ke wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

### 3.6 instrumen penelitian

instrumen penelitian adalah. sebuah fenomena sosial ataupun alam yang didasarkan atas instrumen untuk pengukuran suatu kegiatan, dengan itu harus menggunakan alat ukur yang baik dan relevan. wiyono, (2011:102)

instrumen penelitian berdasarkan atas indikator dan variabel penelitian serta skala pengukurannya yang disajikan dalam tabel berikut ini :

**tabel 3.1 instrumen penelitian**

no	variabel	indikator	instrumen	skala	sumber
1.	<i>electronic word of mouth</i> (x1)	1.1 pendapat atau komentar. 1.2 pendapat positif konsumen 1.3informasi dari jejaring sosial	1.1melalui <i>facebook</i> saya mendapatkan informasi mengenai wisata agro kebun teh kertowono. 1.2melalui postingan di <i>facebook</i> saya mengetahui bahwa wisata agro kebun teh kertowono pilihan tepat untuk dikunjungi. 1.3melalui <i>facebook</i> saya mengetahui harga tiket masuk di tempat wisata.	ordinal	<i>goyette et al., (2010),</i>
2.	daya tarik wisata (x2)	2.1 daya tarik 2.2 fasilitas 2.3 pencapaian 2.4 kegiatan atau pemasaran	2.1saya dapat menikmati keindahan perkebunan teh yang hijau menyejukkan mata. 2.2 saya merasa puas dengan gardu pandang yang ada di sekitar kebun teh. 2.3 akses jalan menuju ke wiata kebun teh terjangkau dan mudah dikunjungi. 2.4 wisata ini terkenal sebagai destinasi wisata yang memiliki	ordinal	zaenuri (2012)

			pabrik pengolahan teh yang sekaligus tempat produksi.		
3.	keputusan wisatawan berkunjung (y)	3.1 pengenalan masalah 3.2 pencarian informasi 3.2 evaluasi alternatif 3.4 keputusan berkunjung 3.5 pasca berkunjung	3.1saya berkunjung ke wisata ini karena sesuai dengan keinginan saya. 3.2saya berkunjung ke wisata ini karena mendapat informasi dari <i>facebook</i> . 3.3saya berkunjung ke wisata ini karena memiliki keindahan dan cuaca yang sejuk. 3.4 saya berkunjung ke wisata karena menjadi pilihan yang tepat untuk dikunjungi. 3.5saya merasa puas dengan adanya promosi melalui <i>facebook</i> , di lain waktu saya akan tetap berkunjung ke wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.	ordinal	(kotler & keller, 2009:185)

sumber : data diolah peneliti

### 3.7 metode pengumpulan data

#### a. dokumentasi

dokumentasi digunakan untuk memperoleh hasil data yang secara langsung dari tempat penelitian, yang dapat berupa buku-buku yang relevan, laporan kegiatan serta laporan-laporan, foto-foto, film dokumenter, dan data penelitian yang relevan. (sudaryono, 2017:219).

#### b. kuesioner

kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan melakukan teknik menyebar daftar pertanyaan kepada responden atau pengunjung dengan tujuan supaya responden dapat memberikan tanggapannya. (suliyanto, 2018:167).

### 3.8 teknik analisis data

teknik analisis dalam penelitian kuantitatif diperlukan adanya saran, ukuran sekaligus faktor yang akan dianalisis. alat ukur yang digunakan dalam faktor tersebut diperlukan penjabaran yang runtun dari satuan yang akan digunakan. analisis data yaitu kegiatan yang merupakan meringkas dan mengumpulkan suatu data dari satu jumlah menjadi jumlah yang dapat dikelola, menyusun ringkasan, menelaah pola-pola tertentu dan menerapkan teknik-teknik dalam stastitika. (trenggonowati, 2009:97).

menurut (sugiyono, 2015:331), yang harus digunakana dalam sebuah penelitian kuantitatif, penggunaan teknik data sudah jelas yaitu mengarahkan sebagai alat untuk menguji hipotesis serta menjawab pada rumusan masalah yang sudah terumuskan dalam proposal.

sebelum masuk ke dalam uji analisis dan uji pengaruh, terlebih dulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuesioner. proses selanjutnya akan dilakukan analisis serta uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar maupun regresi linier berganda guna memastikan jika data yang dipakai harus terdistribusi normal. bebas dari multikolinieritas (*multicolinearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

### **3.8.1. pengujian instrumen**

sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, pengumpulan data dari reponden terlebih dahulu perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang akan digunakan. dimana asumsi awal yang harus terpenuhi kuesioner adalah data harus valid dan reliabel agar bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikut :

**a. pengajuan validitas**

uji validitas adalah suatu alat untuk mengukur tes dalam kuesioner, validitas memiliki arti yaitu pengukuran sejauh mana tes dapat dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan.

**keterangan :**

$r$  = koefisien korelasi antara variabel  $x$  dan  $y$

$x$  = variabel bebas

$y$  = variabel terikat

menurut (sugiyono, 2012:178) analisis adalah cara mengkorelasi jumlah dari sektor faktor berdasarkan jumlah total, apabila korelasi pada setiap faktor tersebut positif besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut dapat diartikan *cronstruc* yang kuat. jadi berdasarkan analisis faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen mempunyai validitas konstruksi yang baik.

**b. pengujian reliabilitas**

pengujian reliabilitas yaitu kestabilan maupun konsistensi pada skor suatu instrumen penelitian terkait dengan individu yang sama, dan dilakukan dalam jangka waktu yang berbeda. (yusuf, 2014:242)

uji reliabilitas yaitu sebuah suatu alat ukur untuk memastikan sejauh mana langkah dapat diandalkan dan dapat dipercaya. suatu data dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 (yuandri dan rahman, 2017:57).

### 3.8.2. pengujian asumsi dasar dan regresi linier berganda

penelitian ini menggunakan suatu alat untuk dapat dianalisis regresi dan korelasi berganda. tahap awal peneliti perlu mengenali asumsi-asumsi yang mendasari penelitian, apabila tidak terpenuhi maka analisis berbeda kenyataan biasa.

menurut (atmaja, 2009:184) menyatakan asumsi-asumsi yang mengenai tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1. variabel bebas memiliki keterkaitan linier dengan variabel dependen (garis lurus).
2. observasi yang memiliki nilai berurutan dari variabel dependen tidak harus berhubungan (tidak berkorelasi) dalam asumsi tersebut dapat dikatakan pelanggaran “*autocorrelation*” atau otokorelasi yang bisa terjadi apabila data dikumpulkan pada waktu periode (*time series data*).
3. variabel dependen setidaknya berskala interval dan harus kontinyu. variasi yang berbeda antara *actual* dan nilai prediksi harus memiliki persamaan untuk semua jumlah prediksi  $y$ . dapat diartikan  $(y-y')$  harus sama terhadap semua nilai  $y'$ . apabila hasil ini terjadi, perbedaan menurut ‘*homoscedasticity*’, selain itu, residual nilai atau  $(y-y')$  harus terdistribusi secara normal bersama rata-rata nol.
4. variabel independen tidak berkorelasi dengan variabel independen yang lain dalam model bentuk. apabila tingkat korelasi independen besar (positif atau negatif), maka tingkat tersebut dikatakan “*multicollinierity*”.

**a. pengajuan normalitas data**

uji normalitas merupakan variabel data terikat dan bebas pada pemasaran regresi yang dihasilkan berdasarkan distribusi normal ataupun distribusi tak normal. (sunyoto, 2013:145).

menurut (lupiyoadi & iksan, 2015:134) uji normalitas data adalah suatu uji distribusi data dalam waktu selanjutnya akan dianalisis untuk memastikan apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat dijadikan sebagai analisis parametrik.

**b. pengajuan multikolinieritas**

menurut (umar, 2011:140-141) uji multikolinieritas yaitu merupakan pencarian masalah terhadap model regresi dengan korelasi antar variabel independen, jika terdapat masalah multikolinieritas, maka yang harus diatasi adalah sebagai berikut :

- a. korelasi yang tinggi menunjukkan adanya kolinieritas, kolinieritas dapat menyebabkan tingkat korelasi yang tinggi atau korelasi dapat pula berada dalam keadaan rendah.
- b. meninjau korelasi parsial dianjurkan untuk konsisten. jika  $r^2$  sangat tinggi tetapi masing-masing  $r^2$  rendah, maka hal itu dapat menjadi petunjuk bahwa variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan sedikit satu diantaranya berlebihan.

**c. pengujian heteroskedatisitas**

uji heteroskedatisitas adalah apabila dalam sebuah bentuk terdapat sebuah regresi yang berbeda varians dari residual suatu pengamatan lain, apabila residual

pengamatan dari satu ke yang lain tetap, maka dapat dikatakan heteroskedastisitas. (umar, 2011:179).

pengambilan pada keputusan memiliki peran dasar yang akan menentukan adanya atau tidak heterokdastisitas (gozali, 2013:134) di antaranya :

1. apabila terdapat pola tertentu berupa titik-titik yang berbentuk suatu pola teratur dapat dikatakan terjadinya heteroskedastisitas.
2. jika pola yang ada pada titik jelas dan titik menyebar diatas atau dibawa angka 0 pada sumbu y dapat dikatakan bebas atau aman tidak terdapat heterokedastisitas.

### 3.8.3 analisis linier berganda

analisis linier berganda dipakai guna mengetahui besar kecilnya pengaruh pada variabel terikat. (sunnyoto, 2013:135).

menurut (sugiyono, 2012:277) dalam analisis ini peneliti dianjurkan menggunakan regresi berganda, dengan tujuan peneliti dapat meramalkan bagaimana keadaan variabel yang tinggi atau rendah (kriterium), apabila dua atau lebih varibel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya) maka analisis regresi berganda perlu dilakukan bila jumlah independennya minimal 2 (dua).

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

keterangan :

y = variabel dependen yaitu keputusan wisatawan berkunjung

x = variabel independen

$x_1 = \textit{electronic word of mouth}$

$x_2$  = daya tarik wisata

$a$  = konstanta

$b$  = koefisien regresi variabel independen

$e$  = *error*

### 3.8.4 pengajuan hipotesis

menurut (atmaja, 2009:111), pengajuan hipotesis adalah bukti-bukti berdasarkan suatu prosedur atas bukti-bukti sampel dan teori probabilitas yang digunakan guna menentukan hipotesis yang beralasan atau tak beralasan.

setelah melakukan analisis linier berganda, akan dilakukan pengajuan hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari variabel independen (*electronic word of mouth* dan daya tarik wisata) terhadap variabel dependen (keputusan wisatawan berkunjung), baik secara parsial maupun simultan dan mana yang dominan.

#### 1. uji t (uji parsial)

uji t menggunakan koefisien regresi secara parsial dan variabel bebas terhadap variabel terikat. untuk mengetahui hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) diterima bisa jadi sebaliknya dengan membandingkan nilai  $t_{sig} < \alpha$  0,05, maka variabel bebas yang terkait pengaruhnya nyata terhadap variabel terikat. apabila nilai  $t_{sig} > \alpha$  0,05, maka variabel bebas tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. berikut langkah-langkah hipotesis :

a) hipotesis pertama

$h_a =$  *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

$h_o =$  daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

b) menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

jika  $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima.

jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis ditolak.

## 2. uji f (uji simultan)

menurut (sunnyoto, 2014:119), uji f dilakukan untuk dipengaruhi pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. uji f dapat juga dikatakan menggunakan analisis varian (*analysis of variance = anova*).

adapun hipotesisnya sebagai berikut :

$h_a =$  *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

$h_o =$  daya tarik wisata berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

3. menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus

$$\frac{t_{hitung} \text{ koefisien } b}{\text{standar error}}$$

4. membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

### 3. koefisien determinasi

koefisien determinasi ( $r^2$ ) dipergunakan untuk mengukur tingkat kepastian yang paling baik dalam menganalisis regresi, hal ini dapat menunjukkan pada tingginya koefisien determinasi ( $r^2$ ) nilai antara 0 (nol) sampai 1 (satu). untuk memperoleh koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *r square*. berdasarkan koefisien determinasi ( $r^2$ ) maka dapat dihasilkan suatu nilai untuk mengukur dari besarnya bantuan dari salah satu variabel x terhadap variasi yang tinggi maupu yang rendah seperti variabel y yang biasanya dinyatakan dalam presentase. (santoso, 2012:355)

