

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori yakni dengan menggunakan metode kuantitatif (penggunaan data numerik) serta bertujuan untuk menjelaskan fenomena keputusan kunjungan wisatawan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Desa Wisata Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang ditinjau dari pengalaman berwisata yang mereka alami. Umar (1999:36) “ Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya”.

Singrimbun dan Effendy (1995:4) “Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) merupakan penelitian penjelasan yang menyoroti hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya”.

Dari dimensi *electronic word of mouth* yang dialami wisatawan tersebut, maka dapat dilihat faktor atau dimensi apakah yang paling berdampak besar terhadap keputusan berwisata di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang. Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari dimensi variabel *Electronicword of mouth* terhadap variabel dependen yaitu keputusan kunjungan (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara

simultan antara variabel independen *concern for others*(X1), *expressing positive*(X2), *helping the company*(X3), dan keputusan kunjungan (Y).

3.2. Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel independen *concern for others*(X1), *expressing positive*(X2), *helping the company*(X3), dan variabel dependen keputusan kunjungan (Y).

3.3. Sumber dan Jenis Data

Said Kelana (2006:09) “Data merupakan bahan baku utama bagi sebuah penelitian. Karena adanya data menjamin terlaksananya sebuah pengujian, jika syarat yang lain terpenuhi”.

3.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan eksternal, sebagai berikut:

a. Data internal

Mudrajad Kuncoro(2007:25) “Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi tersebut”.

Data internal merupakan data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal, dalam hal ini data internal diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang berupa jumlah kunjungan wisatawan tahun 2014-2016.

Tabel 3.1
Kunjungan Wisatawan Air Terjun Tumpak Sewu per tahun

Tahun	Jumlah Kunjungan	
	Wisnus	Wisman
2014	1.220	0
2015	8.956	0
2016	43.309	571

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (2017).

b. Data Eksternal

Mudrajad Kuncoro (2007:25), “Data eksternal merupakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut”.

Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden atau wisatawan yang sedang atau sudah berkunjung di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang

3.3.2. Jenis Data

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

a. Data Primer

Husein Umar(2008:42), “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner”.

Dalam penelitian ini data primer berupa hasil jawaban responden atas kuisisioner yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian yaitu wisatawan yang pernah dan sedang berkunjung di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang. Kuesioner merupakan suatu

metode dimana peneliti menyusun daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini kuesioner ini akan menghasilkan data persepsi wisatawan mengenai variabel *concern for others, expressing positive*, dan *helping the company* terhadap keputusan berkunjung.

b. Data sekunder

Husein Umar (2008:42), “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya data sekunder disajikan antara lain: dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”.

Data ini bisa berasal dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu, artikel, majalah, koran, maupun data dokumen yang sekiranya dapat diperlukan untuk penyusunan penelitian ini. Data ini diperoleh dari data kunjungan wisatawan ke Lumajang utamanya kunjungan wisatawan ke objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Desa Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang dalam per bulan periode Januari sampai dengan Maret 2017.

3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

Nanang Martono(2010:66), “Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pas suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan ruang lingkup yang akan diteliti”.

Deni Darmawan (2014:137),“Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas”.

Jika data diambil dari populasi, maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak, sehingga dalam penelitian hal itu terlalu mahal. Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi, maka dalam penelitian sering dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi, tetapi cukup mewakili. Maka Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan nusantara yang melakukan kunjungan ke objek wisata air terjun tumpak sewu rata-rata bulan Maret 2017.

3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel

a. Sampel

Nanang Martono (2010:66), “Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi”.

Sugiyono (2008:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi”.

Metode pengambilan sampel dari wisatawan dilakukan melalui *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*, dikatakan *simple* (sederhana), karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Sampel dalam penelitian ini yaitu: wisatawan nusantara yang mengunjungi kawasan wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Lumajang rata-rata perbulan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

b. Ukuran Sampel

“Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian dan karakteristik populasi yang diwakilinya” (Mudrajad Kuncoro, 2013:122).

“Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sederhana (*simplerandom sampling*) adalah desain yang paling sederhana dan mudah, prinsip pemilihan sampel ini adalah setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih” (Mudrajad Kuncoro, 2013:127).

Untuk menentukan ukuran sampe yang digunakan dalam penelitian ini merujuk kepada metode penentuan ukuran sampel hasil pengembangan oleh Roscoe (1982) dalam Sugiyono(2015), dengan ketentuan antara lain sebagai berikut :

- a. Kelayakan jumlah sampel dalam penelitian berkisar antara 30 sampai dengan 500.
- b. Apabila terdapat pembagian kategori sampel (misalnya : pria-wanita dan lain-lain) maka disarankan jumlah anggota masing-masing kategori sampel minimal 30.
- c. Apabila dalam penelitian menggunakan analisis *multivariate* (misalnya korelasi atau regresi berganda), maka disarankan bahwa jumlah sampel minimal 10 (sepuluh) kali jumlah variabel dalam penelitian, termasuk di jumlah dari variabel independen maupun variabel dependen.
- d. Apabila penelitian tergolong penelitian eksperimen sederhana, dimana menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka disarankan jumlah anggota sampel masing-masing kelompok antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal adalah 10 untuk setiap variabel. Peneliti ingin menjangring tanggapan responden lebih

banyak maka jumlah sampel yang diambil ditingkatkan menjadi 10 x 4 variabel = 40 sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Dokumentasi

Sugiyono(2012:422) “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang”.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- a. Menyalin data kunjungan wisatawan Lumajang tahun 2014 - 2016, khususnya kunjungan wisatawan di Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang;
- b. Dokumentasi gambar/foto di objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang, baik melalui dokumentasi pribadi peneliti maupun dokumentasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang.

3.5.2. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengedarkan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun secara sistematis, secara tertulis dan disebarakan kepada responden wisatawan nusantara yang pernah berkunjung maupun yang sedang berkunjung di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

Sugiyono (2012:199) ‘Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Sugiyono (2012:132-133), “Metode penelitian ini menggunakan tipe angket dengan format *Likert* yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Tipe ini dimaksudkan untuk memberi beberapa alternatif jawaban kepada responden untuk memilih jawaban sesuai dengan keadaan dirinya”.

Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala *likert*, mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, namun dalam penelitian ini skor untuk pernyataan positif. (Sugiyono, 2012:133) “Bentuk skala *linkert*”, yaitu:

1. Sangat setuju (SS) skor = 5
2. Setuju (S) skor = 4
3. Cukup Setuju (CS) skor = 3
4. Tidak Setuju (TS) skor = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) skor = 1

3.6. Variabel Penelitian

3.6.1. Identifikasi Variabel

Sugiyono(2012:58) “mengemukakan bahwa segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, diantaranya:

3.6.1.1. Variabel Independen/Bebas (X)

Sugiyono(2012:59), “Variabel ini disebut sebagai *stimulus, prediktor, antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas”.

Variabel yang dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *electronic word of mouth* yang terdiri dari beberapa dimensi.

Dalam penelitiannya, EunHa Jeonga dan SooCheong (Shawn) Jang (2011) berfokus kepada eWOM positif terhadap suatu restoran. Mereka menyatakan bahwa dimensi *electronic word-of-mouth* (eWOM) positif direfleksikan melalui tiga dimensi, yaitu:

- a. *Concern for others*, (X_1);
- b. *Expressing positive*, (X_2); dan
- c. *Helping the company*(X_3);

3.6.1.2. Variabel Dependen/Terikat (Y)

Sugiyono(2012:59) “Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output, kriteria, konsekuen*. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat”.

Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan kunjungan.

3.6.2. Definisi Konseptual Variabel

Dari definisi variabel yang telah diuraikan diatas, maka pada konteks penelitian ini definisi konseptual variabel akan diuraikan dalam penjelasan dibawah ini.

EunHa Jeonga dan Soo Cheong (Shawn) Jang (2011), dalam penelitiannya menguraikan definisi konseptual variabel, sebagai berikut:

1. *Concern for others*(X1)

Concern for Others (kepedulian terhadap orang lain). Menurut (Hennig-Thurau dkk,2004), kepedulian terhadap orang lain berkaitan erat dengan konsep altruisme. Misalnya, mencegah orang lain membeli produk yang buruk atau jasa yang dapat menjadi altruistik. "Kepedulian terhadap orang lain" adalah motif yang sangat penting dalam industri restoran karena *intangibility* produk restoran menuntut pelanggan mengandalkan WOM atau eWOM.

2. *Expressing positive feelings*(X2)

Berbeda dengan motif untuk mengekspresikan perasaan negatif, "mengekspresikan perasaan positif" ini dipicu oleh pengalaman konsumsi positif (Sundaram et al, 1998). Pengalaman positif pelanggan restoran memberikan kontribusi untuk ketegangan psikologis dalam pelanggan karena mereka memiliki keinginan yang kuat untuk berbagi sukacita dari pengalaman dengan orang lain. Ketegangan ini dapat diberitahukan oleh mengartikulasikan sebuah makan pengalaman online yang positif (Dichter, 1966; Hennig-Thurau et al, 2004).

3. *Helping the company*(X3)

Latar belakang pada motivasi ini sama dengan motif *concern for others* (kepedulian terhadap orang lain): altruisme atau keinginan tulus untuk membantu orang lain. Satu-satunya perbedaan antara membantu perusahaan dan kepedulian terhadap orang lain adalah objek. Pelanggan restoran termotivasi untuk terlibat dalam eWOM karena untuk "memberikan sesuatu perusahaan dengan imbalan" untuk pengalaman positif bersantap mereka (Hennig-Thurau et al., 2004).

4. Keputusan berkunjung (Y)

Kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian juga di gunakan dalam keputusan berkunjung. Peter dan Olson, (2000:162), "Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya".

3.6.3. Definisi Operasional Variabel

Dari definisi konseptual yang telah diuraikan diatas, maka pada konteks penelitian ini definisi operasional variabel yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. *Concern for Others*(X1)

Hennig-Thurau dkk(2004), “*Concern for others (kepedulian terhadap orang lain)* merupakan sikap yang dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu kemudian dibagikan atau merekomendasikan kepada orang lain melalui media sosial agar berkunjung ke objek wisata tersebut yang terdiri dari indikatornya adalah .

1) Rekomendasi

Yaitu rekomendasi mengenai keberadaan dan keindahan alam objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu bahwa layak untuk dikunjungi oleh wisatawan .

2) Informasi

Yaitu informasi mengenai tempat objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu dan fasilitas penunjang lainnya seperti tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah, *home stay* dan peramu wisata

3) Kepedulian

Yaitu kepedulian kepada pengunjung lainnya untuk memberikan informasi dan keindahan alam objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu melalui media elektronik agar wisatawan berkunjung di objek wisata tersebut.

4) Keindahan

Yaitu keindahan alam objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu yang sudah beredar di media elektronik sehingga dapat dilihat oleh banyak wisatawan yang sudah atau akan berkunjung.

b. *Expressing positive feelings*(X₂)

Expressing positive feelings(Mengespresikan perasaan positif) merupakan apa yang dirasakan wisatawan terhadap objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu

sehingga menimbulkan keinginan untuk berbagi kepada wisatawan lainnya .
Penilaian *expressing positive feeling* meliputi: suasana hati, tidak merasa bosan, perasaan menyenangkan dan perasaan gembira bersama yang lain.

1) Keunggulan

Yaitu keunggulan objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu yang memiliki banyak terjunan air yang keluar dari tebing dan merupakan mata air asli dari Gunung Semeru yang di bagikan di media elektronik.

2) Kesenangan

Yaitu kesenangan wisatawan saat berkunjung di objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu yang dapat menikmati keindahan dan segarnya percikan air sehingga di muat di media elektronik.

3) Kebanggaan

Yaitu kebanggaan wisatawan yang telah dan sedang berkunjung di objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu karena melihat eksotika air terjun yang melingkar dengan ketinggian terjunan air yang cukup tinggi serta air yang merupakan sumber mata air langsung dari kaki Gunung Semeru

4) Pilihan tepat

Yaitu objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu merupakan pilihan yang tepat untuk melihat keindahan air terjun dan tepat untuk berwisata bersama teman maupun kerabat.

5) Pengalaman positif

Yaitu pengalaman positif wisatawan yang sedang ataupun sudah berkunjung di objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu sehingga membagikan pengalaman tersebut di media elektronik guna dapat dilihat oleh wisatawan lain.

c. *Helping the company* (X₃)

Helping the company (membantu organisasi) merupakan persepsi wisatawan dari apa yang sudah dirasakan terhadap kunjungannya di objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu sehingga termotivasi untuk terlibat dalam eWOM karena untuk "memberikan sesuatu perusahaan dengan imbalan".

1) Publikasi

Yaitu publikasi mengenai eksotikan objek wisata air terjun tumpak sewu dan fasilitas umum yang sudah tersedia di media elektronik guna mendatangkan wisatawan.

2) Keinginan

Yaitu keinginan untuk membantu menyamapaikan kepada wisatawan yang belum berkunjung di objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu dan membantu mewujudkan keinginan wisatwan yang akan berkunjung.

3) Kesadaran

Yaitu kesadaran akan membantu membagikan keindahan objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu di media elektronik agar wisatawan mengetahui objek wisata tersebut dan banyak wisatawan yang berkunjung.

d. *Keputusan Berkunjung* (Y)

Keputusan berkunjung merupakan persepsi wisatawan dari pengalamannya dan informasi yang di peroleh melalui media sosial mengenai objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

1) Pencarian informasi

Yaitu tertarik untuk mencari informasi lebih mengenai objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu.

2) Evaluasi berkunjung

Yaitu mempertimbangkan untuk memilih berkunjung di objek wisata tumpak sewu.

3) Mencoba

Yaitu tertarik untuk mencoba berkunjung dan menikmati eksotika objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu.

4) Rasa ingin tahu

Yaitu rasa ingin tahu mengenai objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu yang ramai dibicarakan di media elektronik.

3.7. Instrumen Penelitian

Sugiyono(2012:146), “Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena sosial maupun alam. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian”.

Dalam penelitian ini ada 4 (empat) instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur *Concern for Others* (kepedulian terhadap orang lain)
- b. Instrumen untuk mengukur *Expressing positive feelings*(Mengespresikan perasaan positif)
- c. Instrumen untuk mengukur *Helping the company*(membantu organisasi)
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan berkunjung.

Sugiyono(2012:131-132), “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang akan menghasilkan data ordinal yaitu skala pengukuran yang menyatakan sesuatu lebih dari yang lain.

Anwar Sanusi(2011:55), “Skala ordinal memberikan nilai peringkat terhadap dimensi konstruk atau variabel yang diukur, sehingga menunjukkan suatu urutan penilaian atau tingkat preferensi”.

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel 3.1. Dibawah ini.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Variabel	Indikator	Instrumen	Sumber	Skala
Variabel bebas (X) <i>Electronic Word of Mouth</i> 1. <i>Concern for Others</i> (X ₁)	X1.1. Rekomendasi	1. Saya mendapatkan rekomendasi mengenai wisata Air Terjun Tumpak Sewu dari Media Sosial.	Viranti (2012)	Ordinal
	X1.2 Informasi	2. Saya mendapatkan informasi mengenai tempat wisata Air Terjun Tumpak Sewu dari media sosial.		
	X1.3 Kepedulian	3. Saya mendapatkan kepedulian wisatawan lain mengenai wisata Air Terjun Tumpak Sewu dari media sosial.		
	X1.4 Keindahan	4. Saya mendapatkan informasi keindahan wisata Air Terjun Tumpak Sewu dari media sosial		
2. <i>Expressing positive feelings</i> (X ₂)	X2.1 Keunggulan	1. Saya mendapatkan informasi mengenai keunggulan wisata Air Terjun Tumpak sewu dari media sosial.	Viranti (2012)	Ordinal
	X2.2 Kesenangan	2. Saya dapat merasakan kesenangan orang lain ketika berwisata di Air Terjun Tumpak sewu dari media sosial.		

Variabel	Indikator	Instrumen	Sumber	Skala
	X2.3 Kebanggaan	3. Saya dapat merasakan kebanggaan orang lain saat berkunjung di wisata Air Terjun Tumpak sewu dari media sosial		
	X2.4 Pilihan tepat	4. Saya mendapatkan informasi dari media sosial bahwa wisata Air Terjun Tumpak Sewu merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata		
	X2.5 Pengalaman positif	5. Saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif(baik) orang lain terhadap Wiata Air TerjunTumpak Sewu dari media sosial		
3. <i>Helping the company</i> (X ₃)	X3.1 Publikasi	1. Saya dapat mengetahui kesediaan orang dalam membantu publikasi wisata Air Terjun Tumpak Sewu dari media sosial	Viranti (2012)	Ordinal
	X3.2 Keinginan	2. Saya dapat mengetahui keinginan orang lain untuk membantu memberikan informasi mengenai Air Terjun Tumpak Sewu dari media sosial		
	X3.3 Kesadaran	3. Saya dapat merasakan kesadaran(<i>awareness</i>) orang lain untuk membantu memberikan informasi mengenai wisata ke air Terjun Tumpak sewu dari media sosial.		
Variabel Terikat (Y) Keputusan Berkunjung	Y1 Pencarian Informasi	1. Saya tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai objek wisata Air Terjun Tumpak Sewu dari media sosial.	Viranti (2012)	Ordinal
	Y2 Evaluasi berkunjung	2. Saya mempertimbangkan untuk berkunjung ke wisata Air Terjun Tumpak Sewu didapat dari media sosail		

Variabel	Indikator	Instrumen	Sumber	Skala
	Y3 Mencoba	3. Saya tertarik untuk mencoba berkunjung ke wisata Air Terjun Tumpak Sewu didapati dari media sosial.		
	Y4 Ingin tahu	4. Rasa ingin tahu saya untuk mengunjungi wisata Air Terjun Tumpak Sewu didapat dari media sosial.		

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen Penelitian

3.8.1.1. Uji Validitas Instrumen

Validitas menunjukkan tingkat kemampuan instrument penelitian, mengikuti apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Sugiyono (2009:67), "Validitas merupakan hasil penelitian dimana terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Husein Umar (2008:131) "Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi product moment, sebagai berikut.

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

- n = Jumlah obsevasi/responden
 X = Skor pertanyaan
 Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2012:178), “Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan $> 0,3$, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total $< 0,3$ maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

3.8.1.2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji keajegan hasil pengukuran suatu instrumen. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Sugiyono (2009:97), “Suatu instrumen dikatakan reliabilitas, jika instrumen tersebut apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama”. Husein Umar, (2008:54), Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula Alpha Cornbach dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien Reliabilitas

k = Jumlah Butir Pertanyaan

σ_i^2 = Varian Butir Pertanyaan

σ^2 = Varian skor tes

Yohanes Anton Nugroho (2011:33), “Uji realibilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*”. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 - 0,80	Reliabel
5.	0,801-1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33).

Instruman dikatakan reliabel, jika koefisien reliabilitasnya diatas 0.60.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1. Uji Normalitas

Husein Umar (2008:181) “Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak”.

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika penyebarannya disekitar garis regional dan mengikuti garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2.2. Multikolinieritas

Husein Umar(2008:177) “Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi”.

Ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinearitas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinearitas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinearitas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R2 sangat tinggi tetapi masing-masing r2 parsialnya rendah memberikan petunjuk, bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya kelebihan. Tetapi dapat saja R2 tinggi dan masing-masing r2 juga tinggi, sehingga tak ada jaminan terjadinya multikolinieritas.

Menurut Ghozali (2001:92), multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

Sedangkan menurut Santoso (2012:92), untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficient* jika nilai VIF (*variance inflation factor*) di bawah angka 10 ($VIF<10$) atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas.

Pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficient* jika nilai VIF (*variance inflation factor*) di bawah angka 10 ($VIF < 10$) atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas.

3.8.2.3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. (Husein Umar 2008:179).

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:96), “heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *variant* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya”. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0.
- c. Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah:

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0.
- c. Pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan merujuk dari pendapatnya Mudrajad Kuncoro (2007:96).

3.8.3. Regresi Linier Berganda

Analisis *regresi* berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel bergantung.

Husein Umar, (2001:188) secara matematis fungsi persamaan *regresi linier* berganda dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Keputusan Berkunjung
X ₁	=	Variabel <i>Concern for others</i>
X ₂	=	Variabel <i>Expressing positive feelings</i>
X ₃	=	Variabel <i>Helping the company</i>
β_1	=	Koefisien Regresi Variabel <i>Concern for others</i>
β_2	=	Koefisien Regresi Variabel <i>Expressing positive feelings</i>
β_3	=	Koefisien Regresi Variabel <i>Helping the company</i>
e	=	Error

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu *concern for others*(X₁), *expressing positive feelings*(X₂), dan *helping the company*(X₃) yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan kunjungan. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya. Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (β) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta. (Sutanto Priyo Hastono, 2006:6).

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen *concern for others* (X_1), *expressing positive feelings* (X_2) dan *helping the company* (X_3) terhadap variabel dependen keputusan kunjungan (Y).

3.8.4.1. Uji Parsial (t)

“Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial yang diuji dengan cara signifikansi” (Mudrajad Kuncoro, 2007:81). Uji t ini digunakan untuk membuktikan signifikansi dari setiap variabel independen, apakah variabel *electronic word of mouth* (*concern for other* (X_1), *expressing positive feeling* (X_2) dan *helping the company* (X_3)) benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung di wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang. Uji inilah yang akan digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang dominan berpengaruh pada variabel terikat. Dalam analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dalam perhitungannya dengan menggunakan bantuan *SPSS 16.0 for windows*

Keterangan :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ Artinya : Variabel independen *concern for other*, *expressing positive feelings* dan *helping the company* tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung);

2. $H_a : \beta_1 > 0$ Artinya : Variabel independen *concern for othersexpressing positive feelings* dan *helping the company* berpengaruh positif terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung).

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas signifikansi < 10%, maka hipotesis diterima;
2. Apabila probabilitas signifikansi > 10%, maka hipotesis ditolak;

Hipotesis yang dipakai :

a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel *concern for others* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *concern for others* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel *expressing positive feelings* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *expressing positive feelings* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

c. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel *helping the company* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *helping the company* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

d. Hipotesis Keempat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *concern for others, expressing positive*, dan *helping the company* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *concern for others, expressing positive*, dan *helping the company* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang

3.8.4.2. Simultan Uji (F)

“Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi” (Mudrajad Kuncoro, 2007:82).

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance = ANOVA*). Dalam analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

secara signifikan dalam perhitungannya dengan menggunakan bantuan *SPSS 16.0 for windows*

Adapun kriteria pengujiannya dengan cara sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima;
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *concern for others*, *expressing positive*, dan *helping the company* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *concern for others*, *expressing positive*, dan *helping the company* terhadap variabel keputusan kunjungan di obyek wisata Air Terjun Tumpak Sewu Sidomulyo Pronojiwo Lumajang.

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Singgih Santoso (2012:355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.