

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan teori yang telah dikemukakan maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian yang menjelaskan hubungan perbedaan atau pengaruh variabel satu dengan variabel yang lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Wiratha (2006: 140) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih menekankan pada analisis data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Variabel yang diteliti adalah *electronic word of mouth*, minat beli, keputusan pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di wisata Coban Rais yang merupakan wisata alam yang terletak di Dusun Dresel, desa Oro-Oro Ombo kecamatan kota Batu yang merupakan wisata yang berbasis alam (humas.batukota.go.id, 2017). Alasan memilih lokasi penelitian adalah berdasarkan pengamatan peneliti, objek wisata Coban Rais Kota Batu dibawah naungan Perum Perhutani KPH Malang yang menawarkan konsep baru yakni keunikan spot untuk mengabadikan momen berfoto yang berada diatas bukit bernama Batu *Flower Garden*. Wisata Coban Rais merupakan wisata lama yang menawarkan konsep baru mampu menarik minat berkunjung masyarakat seperti yang telah dijelaskan dilatar belakang bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke wisata Coban Rais memperoleh peringkat pertama dengan 127.921 orang dari Desember 2016 hingga Mei 2017, selain itu

hasil wawancara yang dilakukan penulis terhadap Bapak Tri Agus pada Juli 2017 selaku pengelola tempat wisata mengemukakan bahwa media sosial seperti *instagram, facebook, twitter* sangat membantu proses pemasaran wisata Coban Rais.

C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Variabel

Menurut Agung (2012: 18) variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang digunakan yaitu variabel *E-wom*, minat berkunjung dan keputusan berkunjung.

a. Variabel Eksogen(X)

Variabel *independent* (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain yang menyebabkan atau menimbulkan perubahan pada variabel lainnya menurut Agung (2012: 18). Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *electronic word of mounth*.

b. Variabel Perantara (Y_1)

Secara teoritis variabel *intervening* yang memengaruhi hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat di amati dan diukur Sugiyono (2009: 39). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah minat berkujung wisatawan.

c. Variabel Endogen (Y_2)

Variabel *Dependent* dalam bahasa Indonesia disebut juga variable terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas menurut Sugiyono (2009: 39). Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung.

2. Definisi Operasional

Menurut Mustafa (2013: 40) definisi operasional merupakan gambaran bagaimana suatu variabel diukur. Definisi operasional variabel yaitu suatu informasi ilmiah yang membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama dalam penelitiannya. Definisi operasional variabel-variabel pada penelitian ini yaitu :

a. Variabel Eksogen

Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *E-wom* (X), yang dijabarkan dalam beberapa indikator menurut Bataineh (2015) sebagai berikut:

- 1) Kredibilitas *eWOM* (Bataineh, 2015), mengacu pada kredibilitas sumber menjadi salah satu faktor adanya suatu pengaruh *eWOM*. Orang lain sebagai penerima informasi akan mudah mempercayai sumber informasi tersebut memiliki kredibilitas dimana hal tersebut dapat mempengaruhi arah pengambilan keputusan. *Item* dari indikator kredibilitas *eWOM* yaitu:
 - a.) Terbantu dalam pencarian informasi
 - b.) Terbantu mendapatkan informasi
 - c.) Orang berpengalaman
 - d.) Banyaknya *Review*

2.) Kualitas *eWOM* (Bataineh, 2015), mengacu pada kekuatan persuasif dalam pemberian informasi yang berkualitas yang mereka terima mengenai suatu objek wisata dapat mempengaruhi proses dari minat hingga keputusan pembelian, *item* yang dari indikator kualitas *eWOM* :

- a.) Perasaan puas
- b.) Pengalaman menarik pengunjung
- c.) Keunikan wahana

3.) Kuantitas *eWOM* (Bataineh, 2015), mengacu pada jumlah dari *review* atau komentar mengenai suatu objek wisata dapat mengukur popularitas serta kinerja pasar objek wisata tersebut. Item dari indikator kuantitas *eWOM* meliputi:

- a.) Popularitas objek
- b.) Objek yang berkualitas

b. Variabel Endogen

variabel *dependent* dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel minat berkunjung dan keputusan pembelian yang dijabarkan dalam beberapa indikator menurut Ferdinan (2002:129).

1) Minat Berkunjung (Y_1)

Minat berkunjung merupakan kecenderungan pengunjung untuk mengunjungi dan menikmati suatu jasa dalam pariwisata. Terdapat tiga indikator dalam minat berkunjung yaitu transaksional, preferensi, pencarian informasi.

- a) Transaksional (Ferdinan, 2002:129).

Merupakan dorongan yang menyebabkan seseorang merasa tertarik terhadap tempat wisata dan fasilitas yang disediakan. Adapun *item* dari ketertarikan :

- (1) Perasaan tertarik untuk mencari informasi tentang Coban Rais.
- (2) Tertarik untuk mencoba wahana yang telah disediakan.

b) Preferensi (Ferdinan , 2002:129).

Merupakan tindakan yang lebih memprioritaskan pilihan, kecenderungan atau lebih memilih tertarik pada satu wisata.

- (1) Lebih menyukai panorama alam yang diberikan oleh Coban Rais dari pada di wisata lain.
- (2) Lebih menyukai spot-spot yang bagus untuk mengabadikan momen di Coban Rais dari pada tempat lain.

c) Exploratif (Ferdinan , 2002:129).

Merupakan tindakan pencarian berbagai informasi yang dilakukan seluruh pengunjung sebelum melakukan kunjungan langsung ke tempat wisata. Adapun item dari pencarian informasi adalah :

- (1) Mencari informasi tentang bagaimana akses menuju ke Coban Rais
- (2) Mencari informasi berapa tiket masuk yang harus dikeluarkan oleh pengunjung.

2) Keputusan Pembelian (Y_2)

Keputusan berkunjung merupakan penetapan pilihan oleh pengunjung terhadap dua atau lebih alternatif tujuan wisata untuk memenuhi kebutuhannya.

Terdapat lima item berdasarkan struktur keputusan berkunjung yaitu :

- a) Coban Rais memiliki area spot foto yang beraneka ragam.
- b) Memilih berkunjung ke Coban Rais karena kepopulerannya.
- c) Memilih berkunjung ke Coban Rais dengan orang terdekat.
- d) Memilih waktu yang tepat untuk berkunjung ke Coban Rais.
- e) Metode pembayaran tiket masuk yang mudah.

Berikut adalah tabel mengenai variabel, indikator dan *item* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4, yaitu :

Tabel 4 Tabel Devinisi Operasional Variabel, Indikator, *Item*

No	Variabel	Indikator	<i>Item</i>	Sumber
1.	Electronic Word Of Mouth (X)	Kredibilitas <i>eWOM</i>	a. Terbantu dalam pencarian informasi. b. Terbantu mendapatkan informasi c. Orang berpengalaman. d. Banyaknya <i>review</i>	(Bataineh, 2015:126)
		Kualitas <i>eWOM</i>	a. Perasaan puas b. Pengalaman menarik pengunjung c. Keunikan wahana	
		Kuantitas <i>eWOM</i>	a. Popularitas objek. b. Objek yang berkualitas.	
2.	Minat Berkunjung (Y₁)	Transaksional	a. Perasaan tertarik untuk mencari informasi tentang Coban Rais. b. Tertarik untuk mencoba wahana yang telah disediakan.	(Ferdinand dalam Aprilia(2015: 35))
		Preferensi	a. Lebih menyukai panorama alam yang di berikan oleh Coban Rais dari pada di wisata lain. b. Lebih menyukai spot-spot yang bagus untuk	

Lanjutan Tabel 4

			mengabadikan momen di Coban Rais dari pada tempat lain.	
		Pencarian	a. Mencari informasi tentang bagaimana akses menuju ke Coban Rais b. Mencari informasi berapa tiket masuk yang harus dikeluarkan oleh pengunjung.	
3	Keputusan Berkunjung (Y₂)		a. memiliki area spot foto yang beraneka ragam. Memilih berkunjung ke Coban Rais karena kepopulerannya. c. Memilih berkunjung ke Coban Rais karena keunikan wahananya d. Banyak <i>review</i> yang mendukung e. Metode pembayaran tiket masuk yang mudah.	(Sunyoto 2013: 85)

Sumber: data diolah, Agustus (2017)

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008: 93). Dalam skala *likert* variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Terlihat dalam Tabel 5 yang menunjukkan skala pengukuran *Likert* sebagai berikut :

Tabel 5 Skala Pengukuran *Likert*

NO	Jawaban Responden	Skor pertanyaan positif
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2009: 93)

D. Populasi, sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu yang menjadi sumber pengambilan sampel. Menurut Agung (2012: 32) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan setelahnya dapat ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah melakukan kunjungan wisata Coban Rais Kota Batu. Pada penelitian ini diketahui jumlah populasi pada Desember 2016 sampai Mei 2017 adalah sebesar 127.921 orang, jumlah populasi didapat dari Perum Perhutani KPH Malang (2017).

2. Sampel

Menurut Agung (2012: 33) sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang mampu menggantikan populasi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel pada pengunjung wisata Coban Rais Kota Batu tahun 2017. Terdapat metode untuk menentukan jumlah sampel salah satunya dengan menggunakan rumus Slovin, hal tersebut dikarenakan jumlah populasi pada penelitian ini telah diketahui. Adapun rumus Slovin dengan galat pendugaan pengambilan sampel sebesar 9% dikarenakan beberapa penelitian terdahulu menggunakan error galat sebesar 9% seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Umamy (2016):

$$n = \frac{N}{(1+N \times e^2)}$$

$$= \frac{127.921}{(1+127.921 \times 0,09^2)} = 123,45$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 e^2 = *error* (galat)

Hasil perhitungan diatas menunjukkan jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini sebesar 123 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2005: 96) desain pengambilan sample yang menggunakan cara *nonprobability sampling* yakni pengambilan sample yang tidak memberi peluang Atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Peneliti memilih sampel *purposive sampling* sampel tersebut dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian. Kriteria dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Pengunjung objek wisata yang telah berkunjung ke Coban Rais kota Batu dan telah menikmati wahana maupun fasilitas yang telah diberikan.
- 2) Pengunjung objek wisata yang berkunjung karena mendapat informasi *E-wom* melalui media sosial seperti *instagram, facebook, twitter*

dengan kriteria usia minimal 18 tahun. Pemilihan usia minimal 18 tahun dikarenakan, pada usia tersebut dianggap sudah mampu mengambil keputusan, dan pada usia tersebut aktif dalam media sosial.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Menurut Arikunto (2006: 129) sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuisisioner dan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan baik lisan maupun tertulis. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang dibagikan secara online kepada pengunjung yang sudah melakukan kunjungan ke wisata Coban Rais Kota Batu. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui Perum Perhutani KPH Malang dan wisata Coban Rais kota Batu.

2. Metode Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data merupakan usaha secara operasional dalam melaksanakan penelitian yang dapat memberikan pengaruh positif dalam pelaksanaan analisis dan interpretasi data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuisisioner atau angket secara online. Teknik pengisian kuisisioner adalah responden cukup memilih salah satu jawaban dari alternatif jawaban yang telah ada. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisisioner secara online kepada wisatawan yang sudah berkunjung ke wisata Coban Rais Kota Batu.

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu para wisatawan yang sudah melakukan kunjungan ke wisata ke Coban Rais Kota Batu. Tujuan dari penyebaran kuisioner ini sendiri adalah untuk mendapatkan data yang akurat dari objek penelitian tentang keadaan yang sesungguhnya dilapangan.

3. Instrumen Penelitian

Menurut Hasan (2002: 76) instrumen merupakan alat yang digunakan dalam melakukan pengukuran, dalam hal ini alat untuk mengumpulkan data pada suatu penelitian. Alat tersebut digunakan untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh data dan hasil yang diperoleh lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis sehingga data yang diperoleh mudah diolah. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan secara online.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006:168) validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat ke valitan suatu instrumen yang diperoleh dari variable yang diteliti. Sedangkan menurut (Singaribun dalam sunyoto, 2013: 132) menyatakan mengukur sejauh mana dapat diukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

keterangan:

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Apabila koefisien korelasi positif dan lebih dari atau sama dengan 0,3 ($r \geq 0,3$) maka instrument tersebut dapat dianggap valid, sebaiknya apabila tidak, sebaliknya apabila tidak maka instrument tersebut dianggap tidak valid (Ghozali dalam Widyanto 2016 : 55)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Agung (2012: 51) reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Reliabilitas juga menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. Menurut Arikunto (2006: 196) untuk uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Croncboch* karena instrumen yang digunakan memiliki rentang nilai. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{(K-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians Butir

$\sigma^2 t$ = Varians Total

Hasil pada uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* akan membandingkan koefisien *Alpha Cronbach* (α) dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$), maka *item* tersebut dapat dikatakan *reliable*. Jika koefisien *Alpha Cronbach* (r hitung) lebih kecil dari 0,6 ($\alpha < 0,6$), maka *item* tersebut tidak *reliable* atau mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan.

G. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas variable *Electronic word of mouth*, minat berkunjung dan keputusan berkunjung menggunakan program SPSS 23.0 dengan menggunakan korelasi *product moment* dari masing-masing *item* pertanyaan keseluruhan dapat dilihat dari Tabel 6, Tabel 7, Tabel 8. Berikut merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas variabel *Electronic Word Of Mouth* :

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Electronic Word Of Mouth*.

Item	R hitung	Sig	R tabel	Keterangan
X.1.1	0.611	0.000	0.361	Valid
X1.2	0.644	0.000	0.361	Valid
X1.3	0.680	0.000	0.361	Valid
X1.4	0.736	0.000	0.361	Valid
X2.1	0.851	0.000	0.361	Valid
X2.2	0.738	0.000	0.361	Valid
X2.3	0.820	0.000	0.361	Valid
X3.1	0.757	0.000	0.361	Valid
X3.2	0.713	0.000	0.361	Valid
<i>Cronbach's Alpha X</i>		0.888	Reliabel	

Sumber : Data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semua *item* pertanyaan pada variabel *Electronic Word Of Mouth* lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) dan koefisien korelasi diatas 0,361 yang berarti tiap-tiap *item* variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa *item-item* tersebut dapat digunakan untuk penelitian. Penguji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Hasil dari *Cronbach's Alpha*

variabel *electronic wor of mouth* lebih dari 0,6 sehingga variabel tersebut reliable. Selanjutnya, penelitian akan menguji validitas dari variable minat berkunjung, berikut penyajian Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Minat Berkunjung.

Item	R hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
Y.1.1.1	0.842	0.000	0.361	Valid
Y1.1.2	0.528	0.000	0.361	Valid
Y1.2.1	0.735	0.000	0.361	Valid
Y1.2.2	0.728	0.000	0.361	Valid
Y1.3.1	0.759	0.000	0.361	Valid
Y1.3.2	0.555	0.000	0.361	Valid
Cronbach's Alpha Y1	0.782	Reliabel		

Sumber : Data Primer, 2017

Tabel 7 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel Minat berkunjung juga lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) dan koefisien korelasi diatas 0,3061 yang berarti tiap-tiap item variabel dapat dikatakan valid. Hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan Cronbachh's Alpha juga di atas 0,6 sehingga dapat dikatakan variabel tersebut reliabel. Selanjutnya, penelitian akan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk variabel Keputusan Berkunjung yang akan ditampilkan pada Tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung

Item	R hitung	Sig.	R tabel	Keterangan
Y2.1.1	0.635	0.000	0.361	Valid
Y2.1.2	0.869	0.000	0.361	Valid
Y2.1.3	0.869	0.000	0.361	Valid
Y2.1.4	0.820	0.000	0.361	Valid
Y2.1.5	0.704	0.000	0.361	Valid
Cronbach's Alpha Y2	0.839	Reliabel		

Sumber : Data Primer, 2017

Variabel keputusan berkunjung pada Tabel 8 menunjukkan hasil bahwa semua item pertanyaan dari variabel Keputusan Berkunjung lebih kecil dari 0.05

($\alpha = 0.05$) dari koefisien korelasi yang lebih besar dari 0.3061, sehingga keseluruhan item pada variabel ini dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk kegiatan analisis. Selanjutnya, dilakukan pengujian dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menggunakan Cronbach's Alpha diperoleh hasil diatas 0.6, sehingga dapat dikatakan penelitian tersebut reliabel.

H. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Arikunto (2006 :239) dalam data kuantitatif yang kumpulan peneliti dalam bentuk korelasional, komparatif, atau eksperimen yang diolah dengan rumus-rumus statistik yang sudah disediakan, baik manual maupun dengan jasa komputer. Sedangkan menurut Nazir (2014) metode deskriptif adalah metode yang menggambarkan mengenai situasi atau kejadian, shinga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belakang. Ukuran deskriptifnya adalah pemberian angka, frekuensi, persentase dan rata-rata (mean) yang dituangkan dalam tabel.

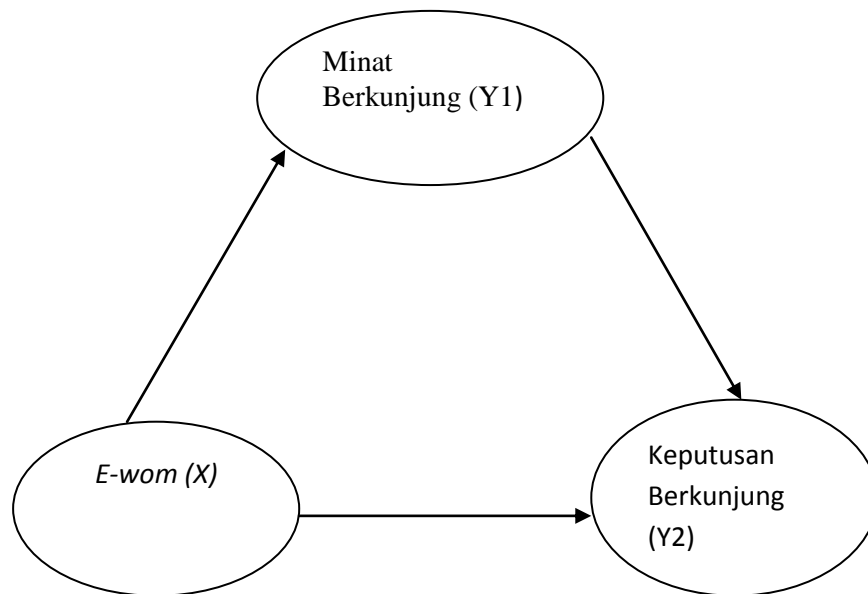
2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisi penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Menurut Sarwono dalam Umamy (2016: 54) *path analysis* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang selaras antara variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent. Peneliti tertarik menggunakan analisis jalur atau *path analysis* untuk mengetahui pengaruh

langsung ataupun tidak langsung dari variabel *eWOM* dengan minat dan keputusan berkunjung atau pun sebaliknya. Menurut Ridwan dan Kuncoro (2008: 2) dalam *path analysis* terdapat beberapa manfaat yaitu :

- a.) Penjelasan (*explanation*) terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang sedang diteliti.
- b.) Prediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X), dan prediksi dengan *path analysis* ini bersifat kualitatif.
- c.) Faktor determinan yaitu penentu variabel bebas (X) mana yang berpengaruh paling signifikan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- d.) Pengujian model, menggunakan *theory trimming*, baik untuk uji reliabilitas (uji keajegan) konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru.

Penelitian ini menggunakan desain model yang menggunakan variable *E-wom* (X) sebagai variabel eksogen. Variabel minat berkunjung (Y_2) dan keputusan berkunjung (Y_2) sebagai variabel endogen. Variabel minat berkunjung (Y_1) sebagai variabel perantara endogen akan mengubah pengaruh variabel *E-wom* (X) terhadap keputusan berkunjung (Y_2) Sarwono (2007:4). Dalam pengujian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (*p-value*) dengan nilai alpha (0,05).



Gambar 4. Diagram Variabel *E-wom*, Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung

Persamaan Struktur:

$$Y1 = PY1X + \epsilon_1$$

$$Y2 = PY2X - PY2 + \epsilon_2$$

Keterangan :

P = Koefisien Path

Y2 = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

ϵ = Error

Y1 = Variabel Intervening