

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian yaitu suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid. Tujuan dari metode ini yaitu untuk mengembangkan, menemukan, dan menguji pengetahuan untuk memahami, mengatasi, dan mengantisipasi masalah tertentu. Untuk tujuan penelitian yang direncanakan tercapai, penting untuk memilih metode penelitian yang sesuai sehingga hasil yang diharapkan dapat diperoleh dan manfaat dari penelitian dapat tercapai.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Menurut Sugiyono (2011) menjelaskan bahwa analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk suatu cara menganalisis data dengan menggambarkan data yang telah terkumpul sesuai dengan fakta tanpa menciptakan generalisasi umum dengan melibatkan satu atau lebih variabel penelitian. Metode dengan tujuan untuk menggambarkan respon dari responden terkait kualitas situs website *online travel agent* terhadap loyalitas pelanggan. Penggunaan metode verifikatif juga bertujuan untuk memverifikasi kebenaran pengaruh kualitas situs *online travel agent* terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu metode verifikatif diterapkan untuk menguji validitas dari pengaruh kualitas situs *online travel agent* terhadap loyalitas pelanggan. Data yang akan dikumpulkan secara *online* melalui google form yang akan disebarakan kepada 270 responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan melalui berbagai media sosial seperti Twitter, Facebook dan luring. Responden akan diminta untuk mengisi kuesioner yang mencakup pertanyaan terbuka dan tertutup mengenai kepuasan mereka dalam menggunakan Agoda dan tingkat loyalitas mereka. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dikelompokkan dan disusun dalam tabel distribusi untuk memastikan skor-skor jawaban dapat ditempatkan pada suatu skala kontinum guna mengidentifikasi kategori jawaban. Skala likert 1 – 5 digunakan dalam

kuesioner dengan hasil yang akan berbentuk skala ordinal yang akan diubah kedalam skala interval memakai *Method of Succesive Interval* kemudian akan dilakukan pengujian statistik dengan memakai aplikasi IBM SPSS 28.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2020), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berasal pada filsafat positivisme, digunakan untuk menyelidiki sejumlah populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian dan analisis data dilakukan secara statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Sementara itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis yang dihasilkan dari analisis deskriptif melalui perhitungan statistik untuk membuktikan penerimaan hipotesis ditolak atau diterima. Secara sederhana, pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran suatu fenomena. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas situs online travel agent terhadap loyalitas pelanggan

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan karakteristik yang berupa sifat atau nilai yang melekat pada individu, objek, atau aktivitas tertentu dan memiliki variasi yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang aspek tersebut dan kemudian mengambil kesimpulan dari hasil analisis Sugiyono (2019). Variabel-variabel tersebut akan diidentifikasi secara langsung oleh peneliti dari rumusan masalah serta hipotesis penelitian yang muncul sebelum penelitian dilaksanakan. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel penelitian yang akan diuji yaitu variabel Kualitas situs *online travel agent* (X) dan variabel Loyalitas pelanggan (Y). Berikut ini adalah penjelasan mengenai kedua variabel yang akan menjadi fokus penelitian:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (Independen) merujuk pada variabel yang memiliki pengaruh atau berfungsi sebagai penyebab dari perubahan atau kemunculan variabel terikat. Variabel bebas memiliki definisi sebagai variabel yang memiliki dampak pada variabel lainnya. Pada penelitian ini, variabel yang bertindak sebagai variabel independen adalah Kualitas situs *online travel agent* (X)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel lain yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Variabel dependen pada penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan (Y)

3.3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel memiliki tujuan untuk mengurangi perbedaan persepsi dalam penelitian, merinci variabel-variabel yang akan diteliti beserta pengukurannya, serta dijabarkan variabel penelitian tersebut menjadi konsep indikator serta indikator – indikatornya. Pengelolaan variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala likert. Penjabaran operasional variabel yang akan diteliti dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No Item.
1.	Kualitas layanan situs website <i>online travel agent</i> (X)	<i>Functionality</i> (XI)	Informasi dari situs agoda mampu membuat keputusan pembelian bagi penggunaanya	Ordinal	1
			Situs agoda menyediakan berbagai informasi tentang hotel, seperti informasi fasilitas kamar	Ordinal	2
			Situs agoda mudah dijelajahi atau <i>user friendly</i>	Ordinal	3

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No Item.
		<i>Customer experience (X2)</i>	Situs agoda memiliki tampilan yang menarik	Ordinal	4
			Situs agoda selalu memperhatikan preferensi <i>user</i> (seperti pilihan Bahasa)	Ordinal	5
			Situs agoda memiliki <i>customer service</i> dengan respon cepat dalam menanggapi keluhan <i>user</i>		6
		<i>Reputation (X3)</i>	Situs agoda banyak direkomendasikan oleh orang-orang terpercaya/terkenal	Ordinal	7
			Situs agoda memberikan kesan yang baik atau dapat diandalkan melalui iklannya di media sosial maupun TV	Ordinal	8
			Situs agoda memiliki iklan-iklan yang menarik	Ordinal	9
		<i>Perceived service quality (X4)</i>	Secara keseluruhan, layanan di situs agoda memberikan kesan kualitas yang tinggi	Ordinal	10
			Situs agoda memberikan kesan layanan yang tepat sesuai dengan harapan dan mudah dipahami	Ordinal	11
			Penawaran layanan pada situs agoda cocok dengan peringkat hotel	Ordinal	12
		2.	Loyalitas Pelanggan	<i>Overall customer satisfaction</i>	Saya sangat puas dengan layanan situs Agoda
Saya merasa kebutuhan reservasi saya dipenuhi oleh situs agoda	Ordinal				14
Saya merasa tidak perlu mengunjungi situs hotel lagi untuk mencari informasi lebih lanjut	Ordinal				15
<i>Return intention</i>	Saya ingin menggunakan kembali situs agoda untuk memesan hotel			Ordinal	16
	Saya ingin mengunjungi kembali situs agoda untuk mencari informasi hotel			Ordinal	17
	Saya ingin mengunjungi kembali situs Agoda karena informatif dan relevan			Ordinal	18

Tiara Chairunnisa, 2023

Pengaruh Kualitas Situs Online Travel Agent Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Agoda)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No Item.
		<i>Customer e-loyalty</i>	Saya lebih sering menggunakan situs agoda dibandingkan situs OTA lainnya	Ordinal	19
			Saya ingin merekomendasikan situs agoda kepada keluarga, teman dan kenalan saya	Ordinal	20
			Saya berkomitmen untuk selalu menggunakan situs Agoda disetiap pemesanan hotel.	Ordinal	21

Sumber : Diolah oleh peneliti

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Data merupakan Kumpulan informasi yang diperlukan dan dimanfaatkan untuk mencapai tujuan atau merumuskan kesimpulan. Dalam penelitian ini, jenis data yang diperlukan dilihat dari sumbernya terdiri dari data primer dan data sekunder. Berikut ini adalah perbedaan antara kedua jenis data tersebut:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya. Hal tersebut mencakup data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumbernya, kemudian dicatat dan digunakan secara langsung oleh peneliti untuk mengatasi pertanyaan atau masalah yang sedang diteliti Hardani et al (2020). Dalam penelitian ini, penulis akan memperoleh data primer melalui penyebaran kuesioner yang akan berfokus pada profil responden dan pandangan responden terhadap variabel yang diteliti oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi atau data yang sudah ada sebelumnya dan diambil dari sumber kedua atau sumber-sumber yang tidak langsung seperti sumber tertulis pemerintah atau perpustakaan. Umumnya data sekunder digunakan untuk melihat suatu perkembangan suatu fenomena dari waktu ke waktu dan sering digunakan sebagai perbandingan dengan data primer Hardani et al (2020). Dalam penelitian ini, sumber data sekunder melalui

studi literature untuk landasan teori yang mendukung konsep penelitian yang sedang diteliti, dan mengumpulkan data-data yang relevan serta merujuk pada jurnal-jurnal yang tersedia di internet.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahapan yang memiliki strategi penting dalam penelitian, karena fokus utama penelitian adalah perolehan informasi. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu:

1. Kuesioner

Sugiyono (2011) mengemukakan bahwa kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden guna memperoleh respon. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang telah menggunakan Agoda selama minimal 3 tahun terakhir dengan menyebarkan 272 responden dengan melalui google form. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dirancang dengan jawaban tersedia. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan skala likert yaitu skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur setiap seseorang dengan menempatkan kedudukan sikapnya pada kesatuan persamaan kontinum, mulai dari sangat positif hingga ke sangat negatif terhadap suatu objek Ating Somantri (2006).

2. Studi Literature

Dalam menyusun penelitian ini diperlukan landasan teori yang mendukung konsep penelitian yang sedang diteliti. Maka dari itu, penulis melakukan pencarian materi – materi penelitian dari buku yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

3. *E-literature*

Teknik pengambilan data ini penulis dilakukan dengan mengumpulkan data – data yang relevan serta merujuk pada jurnal-jurnal yang tersedia di internet.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Margono (2017) Populasi merupakan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data – data, jika seorang manusia memberikan suatu data maka ukuran atau banyaknya populasi manusia. Sedangkan menurut Sugiyono (2008) mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Populasi pada penelitian ini terbatas pada responden yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan agoda yang menjadi focus penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa nilai-nilai yang diberikan oleh responden didasari pada pengalaman nyata sehingga memberikan hasil yang objektif. Dalam menentukan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi spesifik metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Isaac dan Michael untuk menghitung berapa jumlah sampel yang diperlukan dengan tingkat kesalahan 10%

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008) menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel disini merujuk pada individu yang telah menggunakan situs website *online travel agent*, terutama agoda agar mereka dapat memberikan penilaian berdasarkan pengalaman responden sehingga memberikan pandangan yang objektif. Langkah awal peneliti harus menetapkan batas toleransi dari kesalahan. Dalam penelitian ini peneliti memilih batas toleransi kesalahan sebesar 10%. Dengan mempertimbangkan batasan ini, peneliti akan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan.

TABEL ISSAC AND MICHAEL
Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu
Dengan taraf Kesalahan 1%, 5% Dan 10%

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Gambar 3.1 Tabel Penentu Jumlah Sampel

Sumber : Buku Metode Peneliti Kuantitatif, Kualitatif, Sugiyono (2017)

Keterangan:

N : Populasi Sampel

1%, 5%, 10% : Nilai toleransi kesalahan

Dari tabel di atas, peneliti memilih untuk tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% karena peneliti tidak mengetahui jumlah akurat populasi pelanggan loyalitas Agoda. Maka N merupakan X dan nilai toleransi kesalahan 10%. Maka dari itu, peneliti harus mengumpulkan 272 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang diterapkan dalam proses pengambilan sampel. Dalam penelitian sampel, peneliti menggunakan Teknik *non probability*

Tiara Chairunnisa, 2023

Pengaruh Kualitas Situs Online Travel Agent Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Agoda)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sampling dimana pengambilan sampel tidak memberikan peluang bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan *purposive sampling*, dimana peneliti sudah memilih sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria yang telah menggunakan agoda selama tiga tahun terakhir.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Kuesioner ini akan diberikan kepada responden penelitian yang sebelumnya sudah bertransaksi di situs Agoda. Selain itu, peneliti juga akan menyebarkan kuesioner melalui media sosial seperti twitter, facebook dan email. Proses pengumpulan data dimulai dengan tahap penyebaran kuesioner kepada responden. Setelah itu, data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis kemudian dilakukan penyimpulan. Dari kedua variabel tersebut kemudian diuraikan ke dalam indikator menjadi item – item dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Dalam menentukan skor untuk setiap item menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, pandangan, dan persepsi dari individu atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skor yang diberikan untuk masing masing pertanyaan adalah:

Tabel 3.2 Skala Likert

NO	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013)

Untuk Menyusun item-item tersebut, perlu memastikan bahwa indikator dari variabel yang sedang diteliti disusun dengan bahasa yang jelas sehingga dapat dimengerti oleh semua pihak yang terlibat dalam item-item tersebut. Instrumen

penelitian dibuat untuk mengetahui variabel kualitas online travel agent dan variabel loyalitas pelanggan terhadap pengguna agoda.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data yang objektif, valid dan reliabel, penelitian dilakukan dengan menggunakan instrument yang memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Penelitian kuantitatif, kedua pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrument yang digunakan dalam penelitian layak untuk diteliti dan digunakan didalam penelitian ini. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa instrumen merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Validitas mengacu pada instrument (kuesioner) untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tinggi atau rendahnya validitas instrumen menggambarkan sejauh mana instrumen memiliki validitas yang tinggi. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam menguji validitas terhadap kuesioner terdapat dua jenis yang dibedakan, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur ketika item yang diatur dalam lebih dari satu faktor (terdapat faktor satu dengan yang lain ada kecenderungan). Pengukuran validitas faktor dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor (total dari item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor). Sementara itu, validitas item ditunjukkan oleh adanya korelasi atau dukungan terhadap skor total item, dimana korelasi antara skor item dan skor total item dihitung. jika menggunakan metode ini, dilakukan pengkorelasian antara skor faktor dan kemudian antara skor item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor). Peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan *software IBM SPSS 28 for Windows*.

Keputusan terkait uji validitas yaitu jika r hitung $> r$ tabel maka data dianggap valid. Skor r tabel yang digunakan sebagai syarat minimal adalah 0,361 dengan

persentase taraf signifikansi sebesar 5% (0,05). Setelah instrumen dinyatakan valid, kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi (r) pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2013)

Pengujian validitas responden dilakukan menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel
- b. Item pertanyaan yang diteliti dianggap tidak valid jika r hitung $<$ r tabel

Hasil pengujian validitas masing-masing variabel yang dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS *Statistics 28 for Windows*. Nilai r tabel diperoleh dengan menggunakan rumus $df = n - 2$ dengan taraf signifikansi 5%. Dalam sampel uji validitas sebanyak 30 responden, maka nilai $df = 30 - 2 = 28$. Berdasarkan tabel distribusi r pada taraf signifikansi 5%, nilai yang terdapat di dalam r tabel sebesar 0,361.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Situs Web OTA (X)

Sub Variabel	No.	Indikator	r Hitung	r Tabel	Hasil	Tingkat Korelasi
<i>Functionality (X1)</i>	1.	Informasi dari situs agoda mampu membuat keputusan pembelian bagi penggunanya.	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
	2.	Situs agoda menyediakan berbagai informasi tentang hotel, seperti informasi fasilitas kamar.	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
	3.	Situs agoda mudah dijelajahi atau <i>user friendly</i> .	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
<i>Customer experience (X2)</i>	1.	Situs agoda memiliki tampilan yang menarik.	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
	2.	Situs agoda selalu memperhatikan preferensi <i>user</i> (seperti tampilan bahasa).	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
	3.	Situs agoda memiliki <i>customer service</i> dengan respon cepat dalam menanggapi keluhan <i>user</i> .	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
<i>Reputation (X3)</i>	1.	Situs agoda banyak direkomendasikan oleh orang-orang terpercaya/terkenal	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
	2.	Situs agoda memberikan kesan yang baik atau dapat diandalkan melalui iklannya di media sosial maupun TV.	0,917	0,361	Valid	Sangat Kuat
	3.	Situs agoda memiliki iklan- iklan yang menarik.	0,875	0,361	Valid	Sangat Kuat
<i>Perceived service quality (X4)</i>	1.	Secara keseluruhan, layanan di situs agoda memberikan kesan kualitas yang tinggi.	0,889	0,361	Valid	Sangat Kuat

Tiara Chairunnisa, 2023

Pengaruh Kualitas Situs Online Travel Agent Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Agoda)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sub Variabel	No.	Indikator	r Hitung	r Tabel	Hasil	Tingkat Korelasi
	2.	Situs agoda memberikan kesan layanan yang tepat sesuai dengan harapan dan mudah dipahami.	0,917	0,361	Valid	Sangat Valid
	3.	Penawaran layanan pada situs agoda cocok dengan peringkat hotel.	0,917	0,361	Valid	Sangat Valid

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

Dari analisis tabel tersebut, dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator variabel terkait dengan kualitas online travel agent (X) dalam instrumen penelitian telah sudah memenuhi kriteria validitas dan kemudian dapat digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian. Langkah berikutnya akan melibatkan pengujian validitas terhadap indikator variabel loyalitas (Y) yang diambil dalam penelitian ini. Berikut hasil pengujian yang penulis lakukan:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Sub Variabel	No.	Indikator	r Hitung	r Tabel	Hasil	Tingkat korelasi
<i>Overall customer satisfaction</i>	1.	Saya sangat puas dengan layanan situs agoda.	0,911	0,361	Valid	Sangat Kuat
	2.	Saya merasa kebutuhan reservasi saya dipenuhi oleh situs agoda.	0,911	0,361	Valid	Sangat Kuat
	3.	Saya merasa tidak perlu mengunjungi situs hotel lagi untuk mencari informasi lebih lanjut.	0,870	0,361	Valid	Sangat Kuat
<i>Return intention</i>	1.	Saya ingin menggunakan kembali situs agoda untuk memesan hotel.	0,904	0,361	Valid	Sangat Kuat
	2.	Saya ingin mengunjungi kembali situs agoda untuk mencari informasi hotel.	0,904	0,361	Valid	Sangat Kuat
	3.	Saya ingin mengunjungi kembali situs agoda karena informatif dan relevan.	0,904	0,361	Valid	Sangat Kuat
<i>Customer e-loyalty</i>	1.	Saya lebih sering menggunakan agoda	0,904	0,361	Valid	Sangat Kuat

Tiara Chairunnisa, 2023

Pengaruh Kualitas Situs Online Travel Agent Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Agoda)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sub Variabel	No.	Indikator	□ Hitung	□ Tabel	Hasil	Tingkat korelasi
		dibandingkan situs OTA lainnya.				
	2.	Saya ingin merekomendasikan situs agoda kepada keluarga, teman dan kenalan saya.	0,904	0,361	Valid	Sangat Kuat
	3.	Saya berkomitmen untuk selalu menggunakan situs agoda disetiap pemesanan hotel.	0,884	0,361	Valid	Sangat Kuat

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) uji reliabilitas mengukur sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang serupa. Pendapat yang serupa juga diungkapkan oleh Ghozali (2013) menjelaskan bahwa pengukuran dilakukan hanya satu sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan atau korelasi antara jawaban yang lain. Dalam penelitian ini, rentang skor dalam instrumen menggunakan skala likert 1-5. Maka dari itu, reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan bantuan menggunakan *software IBM SPSS 28 for windows*. Suatu dimensi dianggap memiliki reliabel yang memadai jika koefisien reliabilitasnya lebih tinggi dari 0,70 Kaplan & Saccuzzo (1993). Untuk menentukan keterkaitan hubungan bisa menggunakan kriteria Guilford (1956), yaitu:

Tabel 3.6 Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1,00	Hubungan yang sempurna
0,90 - < 1,00	Hubungan yang sangat erat
0,70 - < 0,90	Hubungan yang erat (reliabel)
0,40 - < 0,70	Hubungan yang cukup erat
0,20 - < 0,40	Hubungan yang kecil (tidak erat)
> 20	Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Output dari perhitungan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan *software IBM SPSS 28 for Windows* menunjukkan hasil uji reliabilitas kuesioner dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.7 Hasil Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Koefisien reliabilitas minimal	Keterangan
1.	Kualitas Website (X)	0,999	0,70	Reliabel
2.	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,997	0,70	Reliabel

Sumber : Diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach Alpha untuk variabel melampaui reliabilitas minumum, dengan tingkat hubungan yang erat (interval koefisien $0,70 < 0,90$). Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hasil yaitu instrumen penelitian dalam terbukti reliabel atau konsisten serta dapat diandalkan dalam penelitian yang dilakukan secara berulang dengan instrumen penelitian yang sama.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

Uji syarat analisis data bertujuan untuk menilai apakah hasil regresi yang dilakukan telah terbebas sepenuhnya dari potensi adanya gejala pada normalitas data, heterokedastisitas, dan linearitas. Maka dari itu, uji syarat ini harus dilakukan sebagai syarat untuk analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti.

3.8.1 Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual dalam model regresi adalah normal. Jika asumsi ini tidak dipenuhi, maka pengujian statistik untuk penelitian ini akan tidak berhasil atau tidak valid terutama untuk jumlah sampel yang kecil. Terdapat dua cara pengujian asumsi normalitas yang digunakan untuk

menilai apakah residual yang diuji memiliki distribusi atau peredarannya normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan pengujian statistik. Pengujian asumsi normalitas ini juga dimaksudkan untuk mengevaluasi apakah populasi dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas ini juga sering digunakan untuk menguji data – data yang memiliki skala ordinal, interval atau rasio. Jika analisis ini menggunakan metode parametrik, maka asumsi normalitas harus terpenuhi. Sehingga data dapat dianggap berasal dari distribusi normal. Namun, jika data tersebut tidak memiliki distribusi normal atau sampel dari data tersebut dan jenis data nominal atau ordinal dalam penelitian maka metode non parametrik bisa digunakan. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan menurut (S, 2011) adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai probabilitas (Asymp. Sig) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal
2. Bila nilai probabilitas (Asymp. Sig) $> 0,05$ maka data distribusi adalah normal

3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear yang signifikan antara dua variabel. Uji linearitas ini sangat penting dalam analisis statistik parametrik, terutama dalam korelasi atau regresi linear yang tergolong dalam hipotesis asosiatif. Pengujian ini dapat dilakukan menggunakan SPSS dengan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi (*Deviation from Linearity*) yang melebihi 0,05. Dasar keputusan mengenai hasil uji linearitas didasarkan oleh:

1. Jika nilai *sig. deviation from linearity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear terhadap variabel bebas dengan variabel terikat
2. Jika nilai *sig. deviation from linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear terhadap variabel bebas dengan variabel terikat

3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian asumsi heteroskedastisitas ini bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian dari residual yang terjadi pada berbagai level pandangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji glejser. Uji Glejser ini melibatkan regresi variabel independen terhadap nilai residual atau nilai abs_RES dan melihat dari nilai Sig. jika kurang dari 0.05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Apabila Probabilitas $> 0,05$ berarti tidak terdapat heteroskedastisitas, sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$ berarti terdapat heteroskedastisitas. Selain itu, metode uji white digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya heteroskedastisitas. Menurut Winarno, uji white melibatkan residual kuadrat sebagai variabel dependen dan variabel independen mencakup variabel independen yang sudah ada, ditambah dengan kuadrat dan perkalian dua variabel independen. Metode ini dapat dideteksi dengan melihat $Obs*R\text{-Squared}$ dan nilai Chi Squares. Jika $Obs*R\text{-Squared}$ lebih besar dari nilai Chi Squares, dan probabilitas nilai Chi Squares $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model. Jika $Obs*R\text{-Squared}$ dinilai Chi Squares, dan probabilitas nilai Chi Squares $< 0,05$ menandakan terdapat heteroskedastisitas dalam model

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi data yang mendalam tentang data yang diperoleh, tanpa membuat kesimpulan yang bersifat umum untuk populasi dimana sampel diambil. Data dalam statistik deskriptif dapat disajikan melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean dan lain – lain Sugiyono (2020). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberi gambaran menganalisis dan menjelaskan variabel pada penelitian berdasarkan data yang sudah dikumpulkan. Adapun variabel penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkat kualitas situs *website online* Agoda?
2. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan online travel agent Agoda

Dalam penelitian yang menggunakan analisis deskriptif, perlu dilakukan pengklasifikasian jumlah skor responden ke dalam kategori tertentu. Untuk mengetahui setiap pertanyaan ataupun indikator, maka diperlukan perhitungan frekuensi jawaban di setiap kategori (pilihan jawaban) yang kemudian dijumlahkan. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\% \text{ Total Skor} = x \ 100\%$$

Dengan demikian, maka diperoleh kriteria terhadap instrument penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.8 Pedoman Kriteria Tanggapan Responden

Rentang	Kategori
20,00% - 36,00%	Sangat Tidak Baik
36,01% - 52,00%	Tidak Baik
52,01% - 68,00%	Cukup Baik
68,00% - 84,00%	Baik
84,01 - 100%	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2018)

3.9.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu untuk menguji validitas hipotesis yang telah terbentuk yaitu hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, untuk menguji dan mengetahui hasil yang terkait dengan pengaruh kualitas situs online travel agent terhadap loyalitas pelanggan menggunakan analisis verifikatif dengan menggunakan pengujian sebagai berikut:

3.9.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana berfokus pada pengaruh fungsional antara satu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Persamaan pada regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2020):

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

a: Konstanta

b: Koefisien regresi

X: Variabel Independen (Kualitas Situs Website)

E: *Standart error of estimate*

Nilai a dan b dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$a = \frac{(\sum Yi) (\sum Xi^2) - (\sum Xi) (\sum XiYi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi) (\sum Yi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

3.9.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Setelah koefisien korelasi diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan seberapa besar persentase kontribusi variabel kualitas website (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan rumus koefisien determinasi (KD) yaitu:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

1. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependent (Y) kuat.

Adapun tabel pedoman interpretasi nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.9 Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012)

3.9.2.3 Hasil Hipotesis Uji t (Parsial)

Tahap akhir dari analisis data dalam penelitian ini merupakan jawaban tentatif terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang dimiliki didasari pada teori yang relevan namun belum didasari oleh fakta yang diperoleh dari pengumpulan data. Sugiyono (2019). Uji t dapat dilakukan apabila nilai statistik yang didapatkan dari data. Uji t bertujuan untuk mengidentifikasi apakah kualitas situs website (X) sebagai variabel bebas independent (Y) secara parsial (sendiri – sendiri) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat (dependen). Penerimaan atau penolakan hipotesis statistik sebagai berikut:

- a. H_1 : Terdapat pengaruh dari Kualitas Situs Website terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pengguna Agoda).
- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh dari Kualitas Situs Website terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pengguna Agoda).

Signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$ atau 5%. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel kualitas situs website berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan.

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima maka H_1 ditolak, maka kualitas situs website tidak berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan