

BAB III

OBJEK METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik manajemen pemasaran untuk menguji bagaimana niat perilaku pengguna aplikasi Bobobox dipengaruhi oleh kualitas *mobile hotel reservation*. Variabel bebas (eksogen) yang diteliti dalam penelitian ini adalah *mobile hotel reservation* (X1), yang memiliki empat dimensi, yaitu *quality information* (X1.4), *helpfulness* (X1.2), *security & privacy* (X1.3), dan *price value* (X1.1) (Agung S, 2019; H Negmu; MA Mohamad, 2021). *Behavioral Intention* (Y1) sebagai variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari tiga dimensi, yaitu *reuse intention* (Y1.2), *willingness to recommend* (Y1.1), dan *word of mouth* (Y1.3). Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Bobobox. Penelitian ini menggunakan metodologi *cross-sectional*, di mana data dikumpulkan satu kali, pada waktu tertentu (Sandu Siyoto, 2015). Dalam hal ini, data tentang bagaimana aplikasi digunakan dan bagaimana pengguna merespons berbagai aspek *mobile hotel reservation* dikumpulkan dan diperiksa untuk menentukan bagaimana hubungannya dengan dimensi *behavioral intention*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan memperhatikan tujuan penelitian. Gambaran umum tentang sesuatu, biasanya berkaitan dengan ciri-ciri kelompok terkait seperti pembeli, penjual, organisasi, atau lokasi pasar, adalah apa yang ingin diberikan oleh penelitian deskriptif. "Malhotra (2015)" Kualitas dan persepsi responden mengenai *mobile hotel reservation*, seperti *quality information*, *helpfulness*, *security & privacy* dan *price value*, akan dijelaskan lebih lanjut melalui penelitian deskriptif. Selain itu, *behavioral intention* pengguna aplikasi Bobobox akan dijelaskan, termasuk niat mereka untuk menggunakan kembali, merekomendasikan aplikasi kepada orang lain, dan menyebarkan dari mulut ke mulut.

Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang dilakukan untuk mengevaluasi penerapan informasi terkini, seperti teori, pedoman, aturan, peraturan, dan metode yang digunakan dalam berbagai bidang ilmiah. (2014)

Arifin. Uji hubungan atau hipotesis yang dikembangkan dari literatur dan teori yang masih ada dilakukan melalui penelitian verifikasi. Dengan mengumpulkan data di lapangan untuk mendapatkan pemahaman umum tentang pengaruh kualitas *mobile hotel reservation* terhadap *behavioral intention*, penelitian ini dapat menggunakan pendekatan verifikatif untuk menilai kekuatan hubungan antara *mobile hotel reservation* terhadap *behavioral intention*.

Metode penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah metode *explanatory survey*. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam metode penelitian ini, data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dan pendapat dari sebagian populasi yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diamati dan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian. Melalui metode *explanatory survey*, peneliti dapat menganalisis data yang terkumpul dan memberikan penjelasan yang lebih komprehensif tentang masalah yang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Ketika ide atau konsep dipecah menjadi variabel terukur, variabel yang dihasilkan disebut variabel operasional dan digunakan dalam pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Dua kategori variabel digunakan dalam penelitian ini: eksogen *mobile hotel reservation* (X) dan endogen *behavioral intention* (Y) Variabel operasional yang membentuk Tabel 3.1 di bawah ini diukur secara menyeluruh dan mendalam untuk setiap variabel yang dievaluasi dalam penelitian ini.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>mobile hotel reservation</i> (X)	<i>mobile hotel reservation</i>	merupakan teknologi untuk melakukan reservasi secara <i>online</i> yang memiliki dua tipe yaitu melalui pihak ketiga (aplikasi atau website) dan langsung terhubung ke hotel yang dituju (<i>direct booking</i>). (Ismail et al, 2020)				
	<i>Quality Information</i>	Suatu fungsi yang menyangkut nilai dari keluaran	<i>Completeness</i>	Seberapa lengkap layanan informasi yang diberikan app bobobox kepada	Interval	1

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		informasi yang dihasilkan oleh sistem (Agung S, 2019)		pengguna		
			<i>Accuracy</i>	Seberapa akurat layanan informasi yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval	2
			<i>Relevant</i>	Seberapa relevan layanan informasi yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval	3
			<i>Easy to understand</i>	Seberapa mudah layanan informasi dapat dimengerti oleh pengguna app bobobox	Interval	4
	<i>Helpfulness</i>	Persepsi pengguna tentang bagaimana perangkat lunak menawarkan komunikasi yang bermanfaat (H Negmu, 2021)	<i>Additional information</i>	Seberapa cukup informasi tambahan yang diberikan layanan app bobobox saat pengguna membutuhkannya	Interval	5
			<i>Effectiveness</i>	Seberapa efektif waktu yang dirasakan saat pengguna menggunakan layanan app bobobox	Interval	6
				Seberapa praktis layanan app bobobox saat digunakan oleh pengguna	Interval	7
			<i>Convenience</i>	Seberapa besar manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna saat menggunakan layanan app	Interval	8

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				bobobox		
		<i>Security and privacy</i>	Persepsi pelanggan tentang keamanan transaksi dan privasi pribadi yang disediakan oleh sebuah aplikasi mobile (Agung S, 2019)	<i>Transaction security</i>	Seberapa tinggi jaminan keamanan bertransaksi yang diberikan oleh app bobobox kepada pengguna	Interval 9
				<i>Security features</i>	Seberapa tinggi fitur keamanan data pengguna yang diberikan oleh app bobobox kepada pengguna	Interval 10
				<i>Terms and conditions</i>	Seberapa jelas syarat dan ketentuan yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval 11
				<i>Personal privacy</i>	Seberapa tinggi keamanan informasi pribadi yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval 12
		<i>Price Value</i>	Persepsi yang dirasakan antara biaya penggunaan teknologi dan manfaat yang dirasakan (MA Mohamad, 2021)	<i>Reasonable price</i>	Seberapa ekonomis harga yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval 13
				<i>Discount & Promo</i>	Seberapa besar potongan harga yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval 14
					Seberapa menarik promo yang diberikan app bobobox kepada pengguna	Interval 15

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
			<i>Good value</i>	Seberapa besar nilai baik yang dapat dirasakan pengguna berdasarkan harga yang diberikan oleh app bobobox	Interval	16
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	<i>behavioral intention</i>	merupakan perilaku seseorang konsumen yang terlihat ketika mereka ingin mengunjungi kembali penyedia layanan tertentu dan cenderung merekomendasikan kepada orang lain. (Chen & Chen, 2010)				
	<i>Reuse intention</i>	preferensi subjektif konsumen untuk menggunakan layanan lgi	<i>Intention to reuse</i>	Seberapa tinggi niat pengguna untuk menggunakan kembali app bobobox	Interval	17
			<i>Promotion</i>	Seberapa tinggi kesediaan pengguna mempromosikan app bobobox kepada oranglain	Interval	18
	<i>Willingness to recommend to others</i>	Niat untuk merekomendasikan kepada orang lain.	<i>Encourage friends and relatives to use</i>	Seberapa tinggi kesediaan pengguna mengajak teman dan kerabat untuk menggunakan app bobobox.	Interval	19
			<i>Recommend product</i>	Seberapa tinggi kesediaan pengguna untuk merekomendasikan app bobobox kepada orang lain.	Interval	20
	<i>Word of mouth</i>	keinginan untuk mendorong orang berbicara secara positif.	<i>Say positive things</i>	Seberapa tinggi kesediaan pengguna untuk membicarakan hal positif mengenai app bobobox kepada	Interval	21

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				orang lain.		
			<i>Spread positive words</i>	Seberapa tinggi kesediaan pengguna untuk memberikan tanggapan positif mengenai app Bobobox kepada oranglain	Interval	22

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam batas-batas penelitian ini, klasifikasi dan sumber data harus dibagi menjadi dua kategori, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah fakta-fakta yang baru dikumpulkan yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam sebuah penelitian (McDaniel & Gates, 2015). Sumber data utama untuk penelitian ini adalah survei terhadap pengguna aplikasi Bobobox, kepada siapa kuesioner dikirim ke subset responden target yang dianggap mewakili keseluruhan kelompok data penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan dan disusun menjadi variabel, indikator, atau ide dengan nilai yang telah ditetapkan sebelumnya (McDaniel & Gates, 2015). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber online serta buku, jurnal, artikel, dan halaman web. Untuk lebih jelas dan mendalam, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2. Informasi mengenai data dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan oleh peneliti dan diberikan dengan cara ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1.	Tanggapan responden terhadap <i>mobile hotel reservation</i>	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi Bobobox	Primer

No.	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
2.	Tanggapan responden terhadap <i>behavioral intention</i>	Hasil pengolahan pengguna aplikasi Bobobox	Primer
3.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>mobile hotel reservation</i>	<i>Ebook</i> dan jurnal	Sekunder
4.	Hal-hal yang berkaitan dengan <i>behavioral intention</i>	<i>Ebook</i> dan jurnal	Sekunder
5.	Pengguna Internet di Indonesia 2023	<i>Wearesocial.com</i>	Sekunder
6.	Waktu yang digunakan dalam menggunakan internet	<i>Wearesocial.com</i>	Sekunder
7.	Persentase total populasi yang memiliki dan menggunakan produk atau jasa	<i>Wearesocial.com</i>	Sekunder
8.	Pengeluaran online tahunan untuk perjalanan dan pariwisata	<i>Wearesocial.com</i>	Sekunder
9.	Proyeksi nilai transaksi travel <i>online</i> tahun 2019-2025 di Asia Tenggara	Databoks.katadata.co.id	Sekunder
10.	Data aplikasi paling populer di Indonesia 2023	Databoks.katadata.co.id	Sekunder
11.	Data pengguna aktif aplikasi Bobobox	Data.ai	Sekunder

Sumber : Pengolahan data, 2023

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016), populasi adalah keseluruhan hal, yang dapat mencakup kumpulan orang, peristiwa, atau hal lain dengan ciri khas yang telah dipilih oleh peneliti untuk dipelajari guna menarik kesimpulan. Yang dimaksud dengan “populasi” adalah semua ciri atau karakteristik yang terkait dengan subjek atau item yang diteliti, bukan hanya jumlah total manusia yang terkandung di dalamnya (Sinambela, 2014).

Dengan mempertimbangkan konsep populasi yang dijelaskan sebelumnya, populasi dalam penelitian ini merujuk kepada 2.442.628 pengguna aktif aplikasi Bobobox.

3.2.4.2 Sampel

Populasi dari mana nilai kualitas populasi secara keseluruhan dinilai termasuk sampel. Sulit untuk melakukan penelitian populasi luas karena beberapa kendala, seperti kurangnya dana, waktu, dan sumber daya. Artinya, saat melakukan penelitian, para ilmuwan menggunakan sampel yang representatif dari masyarakat, dan hasil yang mereka hasilkan berlaku untuk seluruh populasi. Sangat penting bahwa sampel yang diambil dari populasi harus representatif agar temuan dapat diterapkan ke seluruh populasi. Sampel dari populasi yang telah ditentukan harus diidentifikasi dan diukur untuk mendapatkan nomor. Untuk jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus (Hair et al., 2010) bahwa lima sampai sepuluh pengamatan harus menjadi ukuran sampel minimal untuk setiap parameter. Peneliti menghitung jumlah sampel menggunakan pendekatan ini. Lebih dapat diterima jika ukuran sampel memiliki rasio 10:1. Ukuran sampel penelitian dihitung menggunakan rumus (jumlah indikator) x (5-10 kali). Saran menyatakan bahwa jumlah maksimum sampel untuk penelitian ini adalah $(22) \times (10) = 220$ responden. 220 responden digunakan sebagai sampel studi setelah perhitungan.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah proses memilih sampel yang tepat, baik jumlah maupun ukurannya, untuk berfungsi sebagai sumber data yang sebenarnya. Fitur dan distribusi populasi dipertimbangkan selama proses seleksi untuk menjamin bahwa sampel yang dipilih representatif secara proporsional (Murgono, 2004). Ada dua jenis prosedur sampling: *nonprobability sampling* dan *probability sampling*. Karena pemilihan sampel dalam probability sampling didasarkan pada keacakan, maka setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *cluster sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel tidak acak dan subjektif, yakni setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel

(Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016) Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*

Dalam penelitian ini, digunakan metode sampling yang teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pendekatan pemilihan informan yang sengaja dilakukan berdasarkan kemampuan mereka untuk memberikan penjelasan tentang tema, konsep, atau fenomena tertentu (Robinson, 2014).

Langkah-langkah yang digunakan untuk menerapkan teknik sampel dalam parameter penyelidikan ini tercantum di bawah ini :

1. Identifikasi responden: Pengguna aplikasi Bobobox berpartisipasi dalam penelitian ini.
2. Pengambilan sampel dilakukan secara daring melalui media sosial.
3. Tetapkan jendela waktu sampel.

Pengguna aplikasi Bobobox untuk dijadikan sampel akan di kontak melalui media sosial dan dinyatakan ketersediaannya untuk membantu penelitian ini lalu diberi kuesioner dalam bentuk *google form* untuk diisi.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan metode pengumpulan data adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang diangkat oleh tantangan penelitian. Pentingnya teknik pengumpulan data sebagai komponen integral dari kerangka studi ditegaskan oleh Sekaran dan Bougie (2016). Penulis penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, diantaranya :

1. Studi literatur

Tinjauan literatur adalah upaya untuk mengumpulkan data tentang teori dan ide yang terkait dengan masalah penelitian atau variabel yang diselidiki dalam hal ini, *behavioral intention* dan *mobile hotel reservation*. Ada beberapa tempat di mana informasi ini dapat ditemukan: a) Koleksi perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI); b) Tesis dan disertasi; c) Jurnal khusus ekonomi dan bisnis; d) Media cetak, antara lain *Marketeer* dan majalah *Cosmopolitan* Indonesia; e) Sumber elektronik *online*; f) Mesin pencari Google Cendekia; g) Portal Jurnal *Science Direct*; h) Portal Jurnal *Researchgate*; i) Portal Jurnal *Emerald Insight*; dan j) Portal Jurnal *Elsevier*.

2. Kuesioner

Teknik utama untuk mengumpulkan data adalah kuesioner, yang terdiri dari serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis tentang profil responden, pengalaman menggunakan dan menerapkan *mobile hotel reservation*, dan *behavioral intention*. Beberapa pengguna program Bobobox akan menerima kuesioner melalui pesan langsung di Instagram, dan akan dibagikan kepada mereka melalui platform *online Google Form*.

3. Observasi

Metode pengumpulan data adalah observasi, yang melibatkan pengamatan terhadap berbagai kejadian, kondisi, dan fenomena. Observasi partisipatif digunakan dalam hal ini oleh program Bobobox untuk memantau secara aktif kejadian yang sedang berlangsung di objek penelitian.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner akan diolah dengan tujuan untuk menginterpretasikan hubungan antara variabel *mobile hotel reservation* (X) dan *behavioral intention* (Y). Dalam penelitian ini, kuesioner melewati tahap pengujian untuk memastikan kelayakan pertanyaan-pertanyaan yang terkandung di dalamnya. Sebelumnya, uji validitas dan realibilitas akan dilakukan untuk mengevaluasi keakuratan dan kualitas data yang diperoleh.

Pengujian instrumen penelitian selalu dilakukan terhadap individu yang menjadi responden potensial maupun yang tidak termasuk calon responden, menurut Yusuf (2016). Melakukan pengujian instrumen membutuhkan minimal 30 responden.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas, menurut Yusuf (2016), adalah proses penentuan apakah seperangkat alat, metode, atau proses sesuai untuk menilai konsep tertentu. Validitas internal, kadang-kadang disebut sebagai rasionalitas, adalah sejauh mana kriteria instrumen secara teoritis mewakili esensi dari apa yang sebenarnya sedang dinilai. Sejauh mana kriteria yang ditetapkan dalam instrumen didasarkan pada data empiris nyata disebut sebagai validitas eksternal dalam berbagai konteks.

Untuk memastikan validitas digunakan rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

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

Sumber : (Malhotra & Birks, 2013)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan untuk mengevaluasi validitas responden pada tingkat substansial adalah sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga rtabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Partisipan dalam penelitian dianggap telah memberikan item pernyataan yang sah jika rhitung lebih besar atau sama dengan rtabel (rhitung < rtabel).
3. Jawaban peserta penelitian dianggap tidak valid jika rhitung lebih kecil dari rtabel (rhitung < rtabel).

Nilai kritis r tabel ditentukan menjadi 0,374 setelah menilai 30 kuesioner responden pada tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan dk = n-2, dalam hal ini dk = 30 – 2 = 28. Untuk menilai validitas dari setiap item pertanyaan yang disajikan peneliti, digunakan *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*. Tabel 3.3 merinci temuan uji validitas yang dilakukan terhadap 30 responden terhadap pertanyaan peneliti.

TABEL 3.3 HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Probabili tas Statistik	Level of significan t	Kesimpulan
----	-----------------	--------------	-------------	-------------------------------	-----------------------------	------------

<i>mobile hotel reservation (X)</i>						
<i>Quality Information</i>						
1	Seberapa lengkap layanan informasi yang diberikan app bobobox kepada pengguna.	0,559	0,374	0,000	0,05	Valid
2	Seberapa akurat layanan informasi yang diberikan app bobobox kepada pengguna	0,596	0,374	0,000	0,05	Valid
3	Seberapa relevan layanan informasi yang diberikan app bobobox kepada pengguna	0,749	0,374	0,000	0,05	Valid
4	Seberapa mudah layanan informasi dapat dimengerti oleh pengguna app bobobox	0,767	0,374	0,000	0,05	Valid
<i>Helpfulness</i>						
5.	Seberapa cukup informasi tambahan yang diberikan layanan app bobobox saat pengguna membutuhkannya	0,439	0,374	0,000	0,05	Valid
6	Seberapa efektif waktu yang dirasakan saat pengguna menggunakan layanan app bobobox	0,657	0,374	0,000	0,05	Valid
7	Seberapa praktis layanan app bobobox saat digunakan oleh pengguna	0,749	0,374	0,000	0,05	Valid
8	Seberapa besar manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna saat menggunakan layanan app bobobox	0,513	0,374	0,000	0,05	Valid
<i>Security & Privacy</i>						
9	Seberapa tinggi jaminan keamanan bertransaksi yang diberikan oleh app bobobox kepada pengguna	0,439	0,374	0,000	0,05	Valid
10	Seberapa tinggi fitur keamanan data pengguna yang diberikan oleh app	0,513	0,374	0,000	0,05	Valid

	bobobox kepada pengguna.						
11	Seberapa jelas syarat dan ketentuan yang diberikan app bobobox kepada pengguna	0,407	0.374	0,000	0,05	Valid	
12	Seberapa tinggi keamanan pribadi yang diberikan app bobobox kepada pengguna .	0,749	0.374	0,000	0,05	Valid	
Price Value							
13	Seberapa ekonomis harga yang diberikan app bobobox kepada pengguna	0,548	0.374	0,000	0,05	Valid	
14	Seberapa besar potongan harga yang diberikan app bobobox kepada pengguna	0,596	0.374	0,000	0,05	Valid	
15	Seberapa menarik promo yang diberikan app bobobox kepada pengguna	0,585	0.374	0,000	0,05	Valid	
16	Seberapa besar nilai baik yang dapat dirasakan pengguna berdasarkan harga yang diberikan oleh app bobobox.	0,677	0.374	0,000	0,05	Valid	
behavioral intention (Y)							
Intention to Reuse							
17	Seberapa tinggi niat pengguna untuk menggunakan kembali app bobobox	0,651	0.374	0,000	0,05	Valid	
18	Seberapa tinggi kesediaan pengguna mempromosikan app bobobox kepada oranglain	0,811	0.374	0,000	0,05	Valid	
Willingness to Recommend to Others							
19	Seberapa tinggi kesediaan pengguna mengajak teman dan kerabat untuk menggunakan app bobobox	0,837	0.374	0,000	0,05	Valid	
20	Seberapa tinggi kesediaan pengguna untuk	0,748	0.374	0,000	0,05	Valid	

merekendasikan app bobobox kepada orang lain..		<i>Word of Mouth</i>					
21	Seberapa tinggi kesediaan pengguna untuk membicarakan hal positif mengenai app bobobox kepada orang lain	0,742	0.374	0,000	0,05	Valid	
22	Seberapa tinggi kesediaan pengguna untuk memberikan tanggapan positif mengenai app Bobobox kepada oranglain	0,789	0.374	0,000	0,05	Valid	

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2023

Setiap item pertanyaan yang berkaitan dengan reservasi hotel keliling (X) dan niat perilaku (Y) dianggap sah berdasarkan Tabel 3.3 dari hasil Uji Validitas, karena nilai setiap item (rhitung) melebihi nilai kritis (rtabel) dari tabel (rhitung > rtabel). Akibatnya, pertanyaan ini dapat dianggap sebagai alat yang berguna untuk mengukur gagasan yang relevan. Terdapat enam belas item pertanyaan yang valid pada variabel mobile reservasi hotel (X). Butir soal 4 “*easy to understand*” mendapat skor paling besar, dengan nilai validitas 0,767, sedangkan butir soal 11 “*terms and conditions*” mendapat skor paling rendah, dengan nilai validitas 0,407. Sementara itu, masing-masing dari enam item pertanyaan pada variabel niat perilaku (Y) telah terbukti sahih. Butir soal 19 “*Encourage friends and relatives to use*” memiliki nilai validitas tertinggi (0,837), sedangkan butir soal 17 “*intention to reuse*” memiliki nilai validitas terendah (0,651).

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Keandalan adalah tingkat data bebas kesalahan yang menjamin konsistensi pengukuran lintas waktu antar komponen instrumen. Selain menunjukkan konsistensi dan ketangguhan instrumen yang digunakan untuk menilai ide tertentu, reliabilitas membantu dalam evaluasi kualitas pengukuran. (Sekaran & Bougie, 2016b). Malhotra (2015) mendefinisikan reliabilitas sebagai evaluasi kapasitas pengukuran untuk mencegah kesalahan acak. Keandalan ditunjukkan dengan korelasi antara hasil dari banyak penilaian pada skala yang sama. Jika korelasinya kuat, skala akan memberikan hasil yang andal dengan konsistensi yang sangat baik.

Mengingat skala *Likert* yang digunakan dalam kuesioner mengandung rentang nilai, reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's alpha* (α). Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa *Cronbach's alpha* adalah angka yang menunjukkan tingkat ketergantungan dan sejauh mana item dalam suatu kelompok memiliki asosiasi positif satu sama lain.

Rumus *cronbach alpha* digunakan dalam penilaian reliabilitas penelitian ini, sebagai berikut :

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

Sumber : (Sekaran & Bougie, 2016)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Kriteria ini digunakan untuk mengukur seberapa luas pengujian reliabilitas diterima :

1. Jika *cronbach alpha* > 0,700 item pertanyaan dianggap reliabel
2. Jika *Cronbach alpha* < 0,700 menunjukkan bahwa item pertanyaan dianggap tidak reliabel.

Keandalan yang lebih tinggi biasanya diamati ketika skor *Cronbach's Alpha* mendekati 1. Tabel 3.4 di bawah mencantumkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan program IBM SPSS *Statistics 20 for Windows* :

TABEL 3.4 HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	<i>mobile hotel reservation</i>	0,749	0,700	Reliabel
2	<i>behavioral intention</i>	0,790	0,700	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data, 2023

Nilai *Cronbach Alpha* yang dihitung pada variabel mobile reservasi hotel lebih besar dari 0,700 atau 0,749 yang menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, sesuai Tabel 3.4 Hasil

Uji Reliabilitas di atas. Selanjutnya dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,790, variabel *behavioral intention* juga terbukti memiliki reliabilitas yang baik.

3.2.7 Analisis Data

Informasi yang dikumpulkan untuk penelitian ini akan dikelola dan diperiksa oleh kami. Tujuan pengolahan data adalah untuk menilai hipotesis studi yang diajukan dan memberikan informasi yang relevan. Metode analisis data sebagian besar digunakan untuk mengevaluasi hipotesis dan memberikan jawaban atas tantangan penelitian yang disajikan.

3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Dengan menggunakan analisis korelasi dan membandingkan nilai rata-rata sampel atau data populasi, analisis deskriptif dapat menentukan hubungan antar variabel tanpa perlu uji signifikan. Kuesioner yang dibuat berdasarkan faktor-faktor dalam data penelitian dijadikan sebagai instrumen penelitian untuk penelitian ini. Instrumen ini digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang bagaimana kualitas *mobile hotel reservation* mempengaruhi *behavioral intention*. Tiga langkah terdiri dari pengolahan data yang diperoleh dari kuesioner: persiapan, tabulasi, dan penggunaan data dalam konteks strategi studi.

Prosedur berikut diikuti untuk melakukan analisis deskriptif dari dua variabel penelitian :

1. Analisis distribusi frekuensi adalah teknik matematika untuk menentukan berapa banyak jawaban yang sesuai dengan berbagai nilai variabel. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan jumlah jawaban yang sesuai dengan masing-masing nilai variabel ini dan menghitung persentase yang sesuai. (2017) Malhotra dkk.
2. Analisis statistik *Cross Tabulation* adalah tabel dengan jumlah kategori atau nilai terbatas yang menampilkan distribusi gabungan dari dua variabel atau lebih. Ini adalah teknik statistik yang memberikan deskripsi simultan dari dua variabel atau lebih. Sementara distribusi frekuensi berfokus pada penggambaran satu variabel pada satu waktu, analisis tabulasi silang menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel secara kolektif. Tabulasi silang digunakan untuk menggabungkan pola distribusi frekuensi dari dua variabel atau lebih ke dalam satu tabel. (2017) Malhotra dkk.

3. Tingkat pengaruh variabel terhadap topik penelitian ditunjukkan dengan skor ideal pengukuran. Rumus untuk menentukan skor optimal ditunjukkan di bawah ini.
 - Nilai Indeks Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item x Jumlah Responden
 - Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item x Jumlah Responden
 - Jenjang Variabel = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum
 - Jarak Interval = Jenjang : Banyaknya Interval
4. Analisis data deskriptif mengenai *mobile hotel reservation* di aplikasi Bobobox yang terdiri dari *quality information, helpfulness, security & privacy, price value..*
5. Analisis data deskriptif mengenai *behavioral intention* pengguna aplikasi Bobobox.

3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif

Melakukan analisis data verifikasi berikutnya, setelah berhasil mengumpulkan semua data dari responden dan penyelesaian analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian verifikasi semacam ini adalah untuk mengevaluasi keandalan ide, pedoman, protokol, aturan, dan praktik yang sudah ada dalam subjek penelitian. Dalam parameter penelitian ini, tujuan pendekatan verifikasi adalah untuk mengkonfirmasi kebenaran hipotesis dengan mengumpulkan data terkait melalui prosedur penelitian lapangan. (Arifin, 2014).

Dalam kerangka penelitian ini, metode untuk memverifikasi analisis data digunakan untuk menguji hubungan antara *mobile hotel reservation* (X) dan *behavioral intention* (Y). Untuk menganalisis data untuk penelitian ini, sejumlah tindakan harus diselesaikan, termasuk :

1. Menyusun Data

Untuk lebih memahami karakteristik responden, penting untuk memverifikasi identitas dan nama lengkap responden, serta keakuratan data yang diisi.

2. Tabulasi Data

Setelah penilaian skor item individu, temuan untuk setiap variabel studi disortir dan skor item individu dijumlahkan.

3. Menganalisis Data

Memproses data dengan menggunakan algoritme statistik dan menganalisis informasi untuk mendapatkan temuan terkait.

4. Pengujian Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian regresi linier berganda yang dinyatakan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Beta (β)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien determinasi

X_1 = *quality information*

X_2 = *helpfulness*

X_3 = *security & privacy*

X_4 = *price value*

e = Error

Dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, alur kerja berikut diselesaikan :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah distribusi data model regresi dari variabel X dan Y adalah normal (Nuryadi et al., 2017). Model regresi yang sangat mirip atau meniru distribusi normal adalah yang terbaik jika pengujian statistik memungkinkan. Pengujian kenormalan data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov Test of Normalcy. Rumus berikut dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov :

$$D = |F_s(x) - F_t(x)| \max$$

Sumber: (Nuryadi et al., 2017)

Keterangan :

F_s = Distribusi frekuensi kumpulan sampel

F_t = Distribusi frekuensi kumpulan teoritis

Data dapat dianggap mengikuti distribusi normal jika nilai *asyp.sig* (signifikansi) terdistribusi lebih dari 0,05; jika kurang dari 0,05 dikatakan tidak mengikuti distribusi normal.

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui variasi varian residu antara dua pengamatan, gunakan uji heteroskedastisitas. Sangat penting untuk memenuhi persyaratan ketidakhadiran model regresi atau meminimalkan gejala heteroskedastisitas. (Nisfiannoor, 2009). Pengujian heteroskedastisitas menggunakan pendekatan Glejser, di mana hubungan antara variabel independen dan nilai absolut dari residu (*error*) dievaluasi. Keputusan tentang adanya heteroskedastisitas didasarkan pada analisis ini:

- Heteroskedastisitas tidak ada jika nilai *t* hitung lebih kecil dari tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- Heteroskedastisitas terjadi apabila nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam model regresi linier multivariat untuk memastikan apakah variabel independen memiliki hubungan yang signifikan atau tidak (Nisfiannoor, 2009). Istilah "multikolinearitas" mengacu pada hubungan signifikan yang ada antara beberapa atau semua variabel model. Melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) merupakan salah satu metode evaluasi multikolinearitas. Faktor-faktor berikut digunakan untuk membuat penilaian dalam uji multikolinearitas:

- Melihat nilai *tolerance*
 - Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar 0,10.
 - Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.
- Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
 - Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
 - Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya keterkaitan antara data satu periode dengan data periode sebelumnya digunakan uji autokorelasi. Masalah autokorelasi diindikasikan ketika hubungan korelasi terlihat. Sebaiknya tidak ada autokorelasi dalam parameter model regresi yang ideal (Nisfiannoor, 2009). Anda dapat menggunakan uji *Durbin Watson* (DW) untuk menentukan apakah terdapat autokorelasi. Pada ambang signifikansi $\alpha = 0,05$, hasil perhitungan DW akan dibandingkan dengan nilai yang diberikan pada tabel.

e. Uji Linieritas

Untuk mengetahui apakah terdapat pola linier dalam hubungan antara variabel bebas dan terikat digunakan uji linieritas. Ketika sebuah tautan tidak mengikuti garis lurus, korelasi yang dihasilkan mungkin tampak rendah, tetapi sebenarnya memiliki potensi korelasi yang lebih besar (Nisfiannoor, 2009). Menggunakan penilaian dasar dalam uji linieritas adalah :

- Terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05.
- Tidak ada hubungan linear antara variabel X dan Y jika nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05.

6. Analisis Korelasi

Analisis korelasi, yang mengukur tingkat keterkaitan (atau kedekatan) antar variabel, dapat digunakan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih. nilai korelasi yang hampir sama atau lebih besar dari +1. Hal ini berimplikasi bahwa modifikasi pada satu variabel yang memberikan skor tinggi selalu diikuti oleh modifikasi yang bersamaan pada variabel lainnya. Jika dua variabel terkait, penyesuaian pada satu (X) akan mempengaruhi yang lain (Y). Rumus Korelasi *Product Moment* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

(Malhotra, Nunan, and David F. Birks (2017)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n	= Jumlah sampel
\sum	= Kuadrat faktor variabel X
$\sum X^2$	= Kuadrat faktor variabel X
$\sum Y^2$	= Kuadrat faktor variabel Y
$\sum XY$	= Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y
Dimana: r_{xy}	= Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Tabel 3.5 di bawah ini mengilustrasikan bagaimana hasil diinterpretasikan untuk menghitung analisis korelasi :

TABEL 3.5 INTERPRETASI KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Cukup
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Malhotra, 2014)

7. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh parsial variabel X terhadap variabel Y, digunakan koefisien determinasi. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$Kd = R_s^2 \times 100\%$$

(Riduwan & Sunarto, 2017)

Keterangan:

Kd= Besar atau jumlah koefisien determinasi

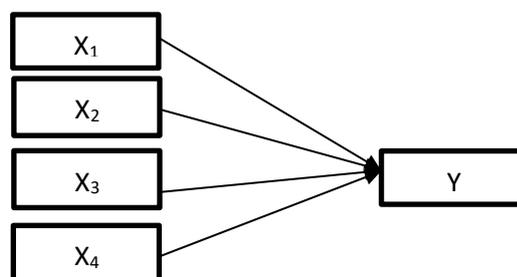
R_s^2 = Nilai koefisien korelasi (Korelasi *Product Moment*)

Jika nilai Kd mendekati nol (0), pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dianggap kecil. Sebaliknya, nilai Kd di sekitar satu (1) menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian kuantitatif mungkin didasarkan pada satu atau lebih variabel; dalam hal ini disebut hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah metode untuk memeriksa dengan cermat kebenaran pernyataan yang berasal dari kerangka teori yang ditentukan (Sekaran & Bougie, 2016b). Menemukan hubungan yang signifikan dan dapat dipercaya antara *mobile hotel reservation* (X) dan *behavioral intention* (Y) adalah tujuan dari pengujian hipotesis, yang merupakan langkah terakhir dari analisis data.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen (X), yang dalam penelitian ini adalah *mobile hotel reservation* yang terdiri *quality information* (X1), *helpfulness* (X2), *security & privacy* (X3), dan *price value*. (X4). terhadap variabel dependen (Y) yaitu *behavioral intention*. Seperti yang dapat dilihat pada grafik terlampir, hipotesis konseptual karena itu pertama kali diberikan dalam sebuah paradigma :



GAMBAR 3.1
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X1 = *Quality information*

X2 = *helpfulness*

X3 = *security & privacy*

X4 = *price value*

Y = *behavioral intention*

Langkah terakhir dalam analisis data adalah pengujian hipotesis, yang menentukan apakah variabel independen dan dependen memiliki hubungan yang bermakna dan dapat dipercaya. Temuan pengujian akan digunakan untuk menetapkan apakah hipotesis nol (Ho) atau hipotesis alternatif (Ha) dapat diterima berdasarkan rumusan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Rumus tersebut digunakan untuk menghasilkan uji F untuk menguji hipotesis ini :

H_0 : $PYX = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang terlihat antara *mobile hotel reservation* yang mencakup *quality information, helpfulness, security & privacy, dan price value* terhadap *behavioral intention* pada pengguna aplikasi Bobobox.

H_a : $PYX \neq 0$ berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *mobile hotel reservation* yang mencakup *quality information, helpfulness, security & privacy, dan price value* terhadap *behavioral intention* pada pengguna aplikasi Bobobox.

Pengujian hipotesis bersamaan dengan uji F ditentukan dengan rumus :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks, 2013

Keterangan:

R = Nilai korelasi

m = Jumlah Variabel Dependen

n = Jumlah sampel

Standar berikut akan digunakan untuk evaluasi hipotesis secara online :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a ditolak artinya *mobile hotel reservation* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a diterima artinya *mobile hotel reservation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Uji t menurut Ghizali (2013) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing faktor independen dalam penelitian ini terhadap penjelasan parsial variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini, gunakan rumus berikut untuk menghitung uji t :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks

Keterangan:

r = Nilai Korelasi

n = jumlah responden

r² = besarnya pengaruh

Standar pengambilan keputusan untuk hipotesis yang telah dikemukakan adalah :

1. H_0 : PYX1 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *quality information* terhadap *behavioral intention*.
2. H_a : PYX1 \neq 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *quality information* terhadap *behavioral intention*.
3. H_0 : PYX2 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *helpfulness* terhadap *behavioral intention*.
4. H_a : PYX2 \neq 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *helpfulness* terhadap *behavioral intention*.
5. H_0 : PYX3 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *security & privacy* terhadap *behavioral intention*.
6. H_a : PYX3 \neq 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *security & privacy* terhadap *behavioral intention*.
7. H_0 : PYX3 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *price value* terhadap *behavioral intention*.
8. H_a : PYX3 \neq 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *price value* terhadap *behavioral intention*