

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *switching intention* yang tertuju pada Pengguna Traveloka. Dalam penelitian ini, dua variabel digunakan. Variabel bebas (variabel independen) adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap variabel terikat (variabel dependen) baik secara positif maupun negatif (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel independen pada penelitian ini melibatkan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, dimana *perceived ease of use* terdiri dari tiga dimensi yaitu *easy to learn* (X_{1.1}), *flexible* (X_{1.2}) dan *easy to become skillfull* (X_{1.3}). Sedangkan *perceived usefulness* terdiri dari dua dimensi yaitu *usefull* (X_{2.1}) dan *improve job performance* (X_{2.2}). Variabel terikat (variabel dependen) menjadi pusat perhatian utama dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memahami serta menggambarkan karakteristiknya, menjelaskan variasinya, atau meramalkan perkembangannya (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam konteks penelitian ini, variabel yang menjadi fokus adalah *switching intention* (Y), yang terdiri dari tiga dimensi yaitu *satisfaction* (Y_{1.1}), *trust* (Y_{1.2}), dan *switching cost* (Y_{1.3}).

Penelitian ini dilakukan pada Pengguna Traveloka. Unit analisis yang diterapkan pada responden dalam penelitian ini adalah mereka yang melakukan pemesanan tiket melalui Traveloka. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross-sectional* karena dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Pendekatan *cross-sectional* merupakan metode penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, dalam rentang waktu sehari-hari, berminggu-minggu, atau berbulan-bulan, dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan (Sekaran & Bougie, 2016).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Menurut pertimbangan tujuan penelitian, jenis penelitian yang diterapkan melibatkan penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan pendekatan konklusif yang berfokus pada tujuan utama untuk memberikan deskripsi tentang suatu fenomena atau hal (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian

deskriptif dijalankan dengan tujuan mendapatkan gambaran yang mendalam tentang *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Sebaliknya, penelitian verifikatif adalah upaya untuk mengeksplorasi hubungan sebab-akibat di antara variabel-variabel tertentu. (Cooper & Schindler, 2013). Penelitian verifikatif diterapkan untuk menguji kebenaran atau validitas suatu teori dan akan menghasilkan metode ilmiah dalam bentuk status hipotesa yang berupa kesimpulan diterima atau ditolak (Astria & Istiqomah, 2022). Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dalam bidang ini untuk lebih memahami pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* serta mendapatkan wawasan tentang *switching intention* pengguna Traveloka.

Pada dasarnya, metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah dalam mengumpulkan data dengan tujuan dan fungsi pemecahan masalah. Metode penelitian digunakan sebagai cara umum untuk mengumpulkan data guna menilai kemungkinan pengambilan kesimpulan sebab-akibat (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan jenis penelitian yang bersifat verifikatif dan menggunakan pengumpulan data lapangan, metode penelitian ini dapat dikategorikan sebagai metode penelitian *explanatory survey*. Metode penelitian ini dirancang dengan tujuan menguji hipotesis dan umumnya fokus pada menjelaskan hubungan antara variabel dalam suatu fenomena (Irmadiani, 2022). *Explanatory survey* dilakukan dengan tujuan untuk menyelidiki kondisi masalah, dengan fokus untuk memperoleh ide dan pemahaman terhadap permasalahan yang dihadapi oleh manajemen atau peneliti. Dalam penelitian yang mengadopsi metode ini, data dikumpulkan dari seluruh populasi melalui *google form* untuk mendapatkan pandangan seluruh populasi terkait subjek penelitian. (Malhotra et al., 2017).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merujuk pada langkah-langkah yang diambil untuk mengubah atau menguraikan suatu konsep atau konstruksi menjadi variabel yang dapat diukur dengan tepat untuk keperluan pengujian (Cooper & Schindler, 2013). Variabel perlu diuraikan secara operasional untuk mempermudah identifikasi dan representasi visual dari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini, digunakan tiga variabel, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu:

1. Variabel bebas (X1) adalah *perceived ease of use* yang meliputi *easy to learn*, *flexible* dan *easy to become skillful*.
2. Variabel bebas (X2) adalah *perceived usefulness* yang meliputi *useful* dan *improve job performance*.
3. Variabel terikat (Y) adalah *switching intention* yang meliputi *satisfaction*, *trust* dan *switching cost*.

Penjelasan cara melakukan operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel penelitian di bawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	<i>Perceived Ease of Use</i> (X1.1)	<i>Perceived Ease of Use</i> diartikan dalam sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah (Davis, 1989).				
		<i>Easy to learn</i> adalah ketika seorang pengguna secara mudah mempelajari cara penggunaan aplikasi (Abrilia & Tri, 2020).	Mudah diikuti	Tingkat kemudahan dalam mengikuti alur Traveloka.	Interval	1
			Bersifat Umum	Tingkat familiaritas tampilan Traveloka.	Interval	2

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>Flexible</i> (X1.2)	<i>Flexibel</i> yang dimaksud disini lebih kepada cara berbelanja (umumnya belanja online untuk retail) membutuhkan penyelesaian pembayaran untuk setiap belanja baru maka transaksi diterima (Indarsin & Ali, 2017).	Fleksibel	Tingkat fleksibilitas dalam menggunakan Traveloka.	Interval	3
			Multiplatform	Tingkat keberagaman metode pembayaran Traveloka.	Interval	4
	<i>Easy to Become Skillful</i> (X1.3)	<i>Easy to become</i> penggunaan aplikasi DANA yang sering digunakan sehingga pengguna merasa sudah mahir untuk menggunakan (Abrilia & Tri, 2020).	Mudah digunakan	Tingkat kemudahan dalam menggunakan Traveloka.	Interval	5
			Mudah diingat	Tingkat kemudahan untuk diingat pada setiap ikon pada Traveloka.	Interval	6
<p><i>Perceived usefulness</i> dinyatakan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989).</p>						

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	<i>Useful (X2.1)</i>	<i>Useful</i> adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah sistem dapat berguna bagi kegiatan seorang individu, terutama mengenai permasalahan menyangkut sebuah hal yang berkaitan dengan perusahaan (Edwin & Harjanti, 2020)	Spesifik	Tingkat kejelasan informasi aplikasi Travelokka.	Interval	7
			Informatif	Tingkat kelengkapan informasi Traveloka.	Interval	8
			Keuntungan	Tingkat keuntungan dibandingkan dengan aplikasi lainnya.	Interval	9
<i>Improve Job Performance (X2.2)</i>	<i>Improve job performance</i> merupakan sebuah fasilitas kemudahan berbelanja yang diberikan kepada pelanggan (Indarsin & Ali, 2017)	Sederhana	Tingkat kesederhanaan tampilan Traveloka.	Interval	10	
		Praktis	Tingkat efisiensi ketika menggunakan Traveloka.	Interval	11	

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
Switching Intention (Y1)		<i>Switching intention</i> didefinisikan sebagai kecenderungan untuk mengubah perilaku konsumsi berdasarkan sejauh mana pembeli cenderung beralih ke produk atau layanan alternatif yang menarik atau menawarkan lebih banyak pilihan dan preferensi (Nguyen et al., 2022).					
			<i>Satisfaction</i> adalah sejauh mana kinerja yang dirasakan produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler et al., 2021).	Pembelian ulang	Tingkat kesediaan untuk melakukan pembelian berulang melalui Traveloka.	Interval	12
				Kesediaan merekomendasikan	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan Traveloka.	Interval	13
				Kesesuaian harapan	Tingkat kesesuaian harapan ketika menggunakan Traveloka.	Interval	14
			<i>Trust</i> didefinisikan sebagai kesediaan konsumen untuk menerima kelemahan	Integritas	Tingkat kejujuran Traveloka	Interval	15
		Tingkat kesesuaian syarat dan ketentuan transaksi	Interval	16			

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		pada transaksi <i>online</i> berdasarkan pada ekspektasi positif dalam perilaku belanja <i>online</i> di masa depan (Yazid, 2015).	Kemampuan	Tingkat kepercayaan saat bertransaksi menggunakan Traveloka	Interval	17
				Tingkat percaya terhadap kemampuan Traveloka dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan	Interval	18
			Kebaikan hati	Tingkat kepercayaan akan bertanggung jawab atas kesalahannya ketika terjadi masalah dalam transaksi	Interval	19
				Tingkat kepercayaan terhadap Traveloka untuk mendengarkan dan mempertimbangkan saran dari pelanggan	Interval	20

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>Switching Cost</i> (<i>Y_{L3}</i>)	<i>Switching cost</i> merupakan biaya yang dikeluarkan pembeli untuk mengakhiri hubungan transaksi dan memulai hubungan baru (Park & Koo, 2016)	Biaya pencarian	Tingkat biaya untuk mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang kompetitor Traveloka.	Interval	20
			Biaya belajar	Tingkat biaya waktu yang dikeluarkan untuk mengenal kompetitor Traveloka.	Interval	21
			Biaya artifisial	Tingkat kerugian manfaat jika menggunakan aplikasi kompetitor Traveloka.	Interval	22

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian tentu memerlukan data, yang dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh oleh peneliti secara langsung mengenai variabel yang menjadi fokus penelitian. Sementara itu, data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2016). Peneliti menghimpun dan menampilkan informasi tersebut dalam Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

NO.	DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Tingkat <i>perceived ease of use</i> pada Pengguna Traveloka	Hasil pengolahan data kuesioner pada Pengguna Traveloka	Primer
2.	Tingkat <i>perceived usefulness</i> pada Pengguna Traveloka	Hasil pengolahan data kuesioner pada Pengguna Traveloka	Primer
3.	Tingkat <i>switching intention</i> dari Traveloka ke <i>online travel agent</i> lainnya	Hasil pengolahan data kuesioner pada Pengguna Traveloka	Primer
4.	Karakteristik Pengguna Traveloka	Hasil pengolahan data kuesioner pada Pengguna Traveloka	Primer
5.	<i>Most popular online travel agencies among consumers in Indonesia as of november 2020</i>	https://www.statista.com/statistics/1200620/indonesia-most-used-online-travel-agencies	Sekunder
6.	Minat orang terhadap Traveloka	https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=ID&q=Traveloka	Sekunder

Sumber: Pengolahan data, 2022

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016), populasi merujuk pada keseluruhan kelompok individu, peristiwa, atau entitas yang tertarik untuk diselidiki oleh seorang peneliti. Data keseluruhan populasi digunakan untuk mengambil keputusan atau sebagai bahan uji hipotesis. Dalam proses pengumpulan data, penelitian selalu melibatkan objek yang akan diselidiki, baik itu berupa objek material, individu manusia, aktivitas, atau peristiwa yang terjadi. Dengan merujuk pada definisi populasi yang telah disebutkan di atas, populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Traveloka berdasarkan jumlah unduhan aplikasi Traveloka yaitu sebanyak 50.000.000+ pengguna (sumber: *play store* bulan Oktober 2023).

3.2.4.2 Sample

Sampel adalah segmen dari karakteristik atau atribut yang dimiliki oleh suatu populasi. Dapat dijelaskan pula bahwa sampel merupakan sebagian kecil yang diambil dari anggota populasi sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan, sehingga dapat menjadi representasi dari keseluruhan populasi (Nurdin & Dra Sri Hartati, 2019). Sampel dipakai karena jumlah populasi untuk diteliti dirasa terlalu besar, sehingga peneliti diizinkan untuk menyelidiki sebagian objek dari keseluruhan populasi.

Seperti halnya dengan penelitian yang lain, dalam penelitian ini, peneliti tidak memungkinkan untuk menginvestigasi seluruh objek populasi. Kendala-kendala tersebut meliputi terbatasnya sumber daya manusia, anggaran, dan waktu yang tersedia. Peneliti diizinkan untuk menggunakan sampel dari objek populasi, apabila sampel yang diambil mampu mencerminkan karakteristik dari objek populasi yang tidak diselidiki. Peneliti memerlukan sampel untuk memfasilitasi penyelidikan, terutama ketika populasi yang menjadi objek penelitian sangat besar, seperti pada populasi Pengguna Traveloka. Jumlah sampel minimal dalam setiap penelitian adalah 100 responden (Bujang et al., 2017; Rahi & Ghani, 2018; Taherdoost, 2016).

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan formula yang diambil dari Tabachnick & Fidell (2013) dalam menentukan sampel, berikut merupakan rumus menentukan jumlah sampel:

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Dengan perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus tersebut, diperoleh dimensi sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 3$$

$$N \geq 107$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, ditemukan bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 107 orang.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sample

Teknik sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan untuk menetapkan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga memungkinkan perolehan nilai estimasi karakteristik (*estimate value*). *Sampling* adalah langkah pemilihan elemen yang sesuai dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman terhadap sifat atau karakteristik memungkinkan kita untuk menerapkan sifat atau karakteristik tersebut pada seluruh elemen populasi. Ada dua jenis teknik sampling, yakni *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Probability sampling adalah metode pengambilan sampel di mana setiap elemen atau individu dalam populasi memiliki peluang yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* mencakup metode seperti *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara itu, *nonprobability sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana setiap elemen atau individu dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. Menurut Sekaran & Bougie (2016), *Nonprobability*

sampling melibatkan teknik seperti *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling*, dan *quota sampling*.

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang diterapkan *purposive sampling*. Metode ini mewajibkan peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Penggunaan teknik ini karena responden yang diharapkan adalah mereka yang sudah pernah menggunakan Traveloka. Pilihan metode ini memberikan kemudahan bagi peneliti dalam menentukan sampel karena sampel terpilih biasanya adalah individu atau personal yang mudah ditemui atau didekati oleh peneliti.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu instrumen atau alat yang digunakan dalam proses menghimpun informasi atau materi konkret yang menjadi dasar penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian akan digunakan untuk memecahkan masalah atau menguji suatu hipotesis (Herdayati & Syahril, 2019). Dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, termasuk:

1. Kuesioner

Alat pengumpulan data primer melalui metode survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang bertujuan untuk mendapatkan pendapat dari responden (Hastuti, 2010). Kuesioner dapat disebar baik secara daring maupun secara langsung kepada Pengguna Traveloka. Kuesioner yang telah disebar memuat pertanyaan-pertanyaan yang mencerminkan indikator pada variabel keterhubungan *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *switching intention*. Responden akan menentukan pilihan mereka dari opsi jawaban yang telah disiapkan untuk setiap alternatif yang sesuai.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun kuesioner penelitian menurut (Nugroho, 2018) sebagai berikut:

- a. Meneliti indikator masalah dan variabel untuk kemudian membuat pertanyaan.

- b. Merumuskan butir-butir pernyataan dan alternatif jawaban yang disediakan.
- c. Memberikan penilaian (score) pada setiap item pertanyaan menggunakan skala ordinal.
- d. Setelah penyusunan, dilakukan pembahasan dengan Dosen Pembimbing untuk memastikan ketepatan redaksi dan indikator pengukuran. Setelah dianggap tepat, kemudian dibuat naskah kuesioner yang lengkap dan terstruktur.

Berikut merupakan tahapan-tahapan dalam menyebarkan kuesioner secara *online*:

- a. Merancang daftar pertanyaan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *Google Form*.
- b. Penyusunan *layout* kuesioner sesuai dengan fungsinya, setelah selesai dilakukan penyebaran kuesioner dengan mengirimkan tautan dari kuesioner tersebut pada responden.

2. Studi Literatur

Ini mencakup tinjauan literatur terkait *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *switching intention*. Informasi dari studi literatur berasal dari beragam sumber, diantaranya: a) *Google Scholar*, b) *Z-library*, c) *Repository UPI*, d) Media Elektronik (Internet).

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Setelah data yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner sudah terkumpul, langkah selanjutnya adalah memproses dan menginterpretasikan data tersebut. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi apakah ada pengaruh antara variabel *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) terhadap variabel *switching intention* (Y). Sebelum memulai analisis data, dan juga sebagai langkah untuk mengevaluasi apakah kuesioner yang diberikan kepada responden dapat dianggap valid dan reliabel, dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Hal ini bertujuan untuk menilai tingkat keabsahan dan kualitas data yang diperoleh. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan

perangkat lunak atau program komputer IBM *Statistical Product for Service Solutions (SPSS)* versi 26.0 for Mac.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uma dan Roger (2018) menguraikan bahwa validitas menguji sejauh mana instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur suatu konsep benar-benar mengukur konsep tersebut sebagaimana dimaksud. Validitas internal (*internal validity*), atau sering disebut validitas rasional, terjadi ketika kriteria yang terdapat dalam instrumen secara rasional (teoritis) secara memadai mencerminkan esensi dari apa yang diukur. Sementara itu, validitas eksternal (*external validity*) terwujud ketika kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah terdokumentasi. Formula yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dinyatakan 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

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

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

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

$\sum Y^2$ = Kuadrat total 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.

Langkah berikutnya adalah melakukan pengujian signifikansi terhadap validitas pada taraf tertentu, sehingga dapat dipastikan bahwa koefisien validitas tersebut tidak disebabkan oleh faktor kebetulan. Hal ini diuji menggunakan rumus statistik t seperti berikut:

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

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Hasil pengujian validitas responden dengan menggunakan taraf signifikansi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Pentingnya pengujian validitas terletak pada evaluasi apakah instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data primer suatu penelitian memiliki kemampuan yang memadai untuk mengukur dengan akurat dimensi atau konsep yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, akan dilakukan pengujian validitas terhadap instrumen *perceived ease of use* sebagai variabel X1, *perceived usefulness* sebagai variabel X2, dan *switching intention* sebagai variabel Y.

3.2.6.2 Pengujian Reabilitas

Reliabilitas mencerminkan sejauh mana suatu alat ukur menghasilkan data yang konsisten ketika melakukan pengukuran terhadap fenomena yang sama pada waktu yang berbeda (Suwartono et al., 2017). Reliabilitas dapat diukur dengan cara memeriksa keterkaitan antara skor yang diperoleh dari penggunaan skala administrasi yang berbeda. Apabila terdapat keterkaitan yang signifikan, skala akan memberikan hasil yang konsisten, menunjukkan keandalan. Evaluasi reliabilitas dilakukan dengan mengaplikasikan rumus Crombach's Alpha, yang dinyatakan sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s^2}{s^2} \right\}$$

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = jumlah item soal

Σs^2 = jumlah varians skor tiap item

s^2 = varians total

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal sebuah item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan tidak reliabel.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data adalah suatu tahapan atau usaha dalam mengolah data untuk menghasilkan informasi baru, sehingga karakteristik data tersebut menjadi lebih jelas dan dapat bermanfaat untuk menemukan solusi dalam penyelesaian suatu permasalahan, terutama yang terkait dengan penelitian (Nurdin & Dra Sri Hartati, 2019). Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Kuesioner disusun oleh peneliti dengan merujuk pada variabel-variabel yang relevan dalam penelitian. Terdapat beberapa prosedur dalam menyusun sebuah rancangan analisis data, dan berikut prosedur penyusunan analisis data menurut Nurdin & Dra Sri Hartati (2019):

1. Pengaturan data, pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam menyusun data yaitu :
 - a. Hanya memasukkan data yang penting dan benar-benar dibutuhkan.
 - b. Hanya memasukan data yang bersifat objektif.
 - c. Hanya memasukkan data yang autentik.
 - d. Perlu dibedakan antara data informasi dengan kesan pribadi responden.
2. Proses editing adalah tahap pemeriksaan untuk memastikan kejelasan dan kelengkapan pengisian instrumen pengumpulan data.
3. Proses koding melibatkan identifikasi dan pengelompokan semua pernyataan dalam instrumen pengumpulan data berdasarkan variabel yang sedang diinvestigasi.

4. Proses pengujian merupakan tahap di mana kualitas data diuji, mencakup evaluasi validitas dan reliabilitas instrumen pengumpulan data.
5. Proses deskripsi data melibatkan pembuatan deskripsi data yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi atau diagram dengan berbagai ukuran tendensi sentral dan ukuran dispersi. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mendapatkan pemahaman tentang karakteristik data sampel dalam suatu penelitian.
6. Proses pengujian hipotesis adalah proses evaluasi terhadap pernyataan proposisi untuk menentukan apakah dapat diterima atau ditolak, serta apakah memiliki signifikansi atau tidak. Dari tahap ini, kesimpulan atau keputusan akan diambil.

Penelitian ini menginvestigasi dampak *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) terhadap *switching intention* (Y). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala interval atau dikenal juga sebagai skala peringkat. (Junaidi, 2015). Rentang dalam penelitian ini mencakup 5 angka, dengan rincian yang tertera pada tabel 3.3

Tabel 3.3
Skor Alternatif

Alternatif Jawaban	Sangat Rendah	Rentang Jawaban ←————→					Sangat Tinggi
	Negatif	1	2	3	4	5	Positif

Sumber: Modifikasi dari (Nurdin & Dra Sri Hartati, 2019)

3.2.7.1 Rancangan Pengujian Deskriptif

Penggunaan analisis deskriptif bertujuan untuk menemukan keterkaitan antara variabel melalui analisis korelasi dan melakukan perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu melakukan uji signifikansi. Instrumen penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disiapkan berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam data set penelitian. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengumpulkan informasi dan data terkait dengan pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *switching intention*. Data yang terkumpul dari kuesioner dapat diolah melalui tiga tahap, yakni persiapan, tabulasi, dan penerapan data dalam kerangka penelitian.

Berikut adalah tahapan-tahapan yang diterapkan untuk melakukan analisis deskriptif pada kedua variabel penelitian tersebut:

1. Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang atau *crosstabs* memiliki tujuan untuk mengkalkulasi frekuensi dan persentase dari dua atau lebih variabel secara bersamaan, dengan menggabungkan variabel-variabel yang dianggap saling terkait. Dengan demikian, makna keterkaitan antar variabel dapat lebih mudah dipahami secara deskriptif (Maharani et al., 2021). Analisis tabulasi silang adalah suatu metode yang memanfaatkan uji statistik untuk mengidentifikasi serta menilai korelasi antar variabel. Apabila terdapat hubungan antara variabel tersebut, maka terdapat tingkat ketergantungan di mana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Format tabulasi tabel yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.4, yaitu Tabel Tabulasi Silang (*crosstabs*) yang tercantum di bawah.

Tabel 3.4
Tabel Tabulasi Silang

Variabel	Judul	Judul Klasifikasi				Total	
		Klasifikasi					
Kontrol		F	%	F	%	F	%
Total Skor							
Total Keseluruhan							

Sumber: modifikasi dari (A'yuni Rasyidah et al., 2020)

2. Skor Ideal

Skor ideal merujuk pada skor yang diharapkan dari jawaban pada setiap pertanyaan dalam kuesioner. Skor ini kemudian dibandingkan dengan total skor yang diperoleh untuk mengevaluasi hasil kinerja variabel. Untuk mengumpulkan data, penelitian memerlukan suatu instrumen seperti kuesioner sebagai alat yang digunakan. Dalam kuesioner, terdapat pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan variabel yang sedang diselidiki. Karena jumlah pertanyaan yang cukup besar, diperlukan sistem penilaian (*scoring*) untuk mempermudah peneliti dalam mengevaluasi dan menganalisis data. Rumus yang diterapkan untuk menghitung skor ideal adalah sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

43-56	Cukup
29-42	Kurang Tinggi
15-28	Sangat Kurang Tinggi
0-14	Amat Sangat Kurang Tinggi

Sumber: modifikasi dari (Jamiel, 2012)

Langkah berikutnya setelah mengelompokkan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran adalah membuat garis kontinum yang terbagi menjadi tujuh tingkatan, yaitu amat sangat tinggi, sangat tinggi, tinggi, cukup, kurang tinggi, sangat kurang tinggi, dan amat sangat kurang tinggi. Garis kontinum dibuat dengan tujuan membandingkan skor total masing-masing variabel, sehingga dapat memberikan gambaran tentang variabel *perceived ease of use* (X1), variabel *perceived usefulness* (X2), dan variabel *switching intention* (Y). Langkah-langkah pembuatan garis kontinum dirancang sebagai berikut:

1. Menetapkan rentang tertinggi dan terendah pada kontinum.

Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

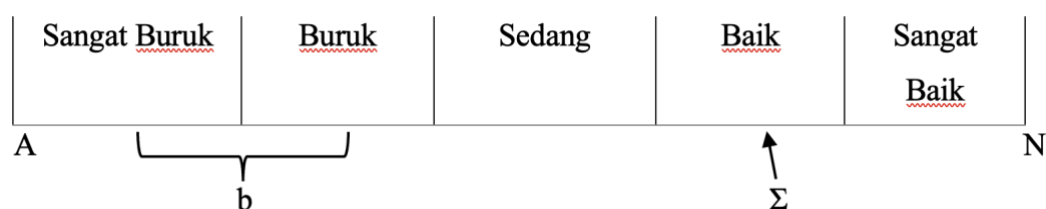
Kontinum Terendah = Skor Terendah x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

Skor Setiap Tingkatan = $\frac{\text{Kontinum Tertinggi}}{\text{Kontinum Terendah} \times \text{Banyaknya Tingkatan}}$

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian.

Menetapkan letak persentase skor hasil penelitian (*rating scale*) pada garis kontinum dengan rumus ($\text{Skor} / \text{Skor Maksimal} \times 100\%$). Pemaparan kriteria dapat diamati pada Gambar 10 terkait Garis Kontinum Penelitian *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Switching Intention* berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum Penelitian *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Switching Intention*

Keterangan:

A= Skor minimum

b= Jarak interval

Σ = Jumlah perolehan skor

N= Skor ideal

3.2.7.2 Rancangan Pengujian Verifikatif

Instrumen penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner dirancang berdasarkan variabel yang sedang diselidiki, yaitu memberikan informasi dan data terkait dengan dampak *perceived ease of use*, yang melibatkan *easy to learn*, *flexible*, dan *easy to become skillful*, serta *perceived usefulness* yang mencakup *useful* dan *improve job performance*, terhadap *switching intention*. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah data dari semua responden terkumpul. Proses analisis data dalam penelitian ini melibatkan langkah-langkah berikut:

1)Menyusun Data

2)Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa keseluruhan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3)Tabulasi Data yang Dilakukan

a. Memberi skor pada setiap item

b. Menjumlahkan skor pada setiap item

c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

4)Menganalisis Data

5)Merupakan tahapan pengolahan data dengan memanfaatkan rumus-rumus statistik, melakukan interpretasi data untuk mencapai suatu kesimpulan. Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini melibatkan analisis deskriptif dan verifikatif.

6)Pengujian

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan pendekatan verifikatif, sehingga dilakukan analisis regresi berganda.

3.2.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Gusti Ketut Oka Saputra, 2024

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP SWITCHING INTENTION (SURVEI PADA PENGGUNA TRAVELOKA)

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

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang diterapkan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk memprediksi nilai dampak dari dua variabel independen (X) atau lebih terhadap variabel dependen (Y). Selain itu, metode ini juga digunakan untuk membuktikan apakah terdapat atau tidak hubungan sebab-akibat antara dua variabel independen atau lebih. Berdasarkan dari tujuan penelitian yang dijalankan, variabel yang akan diselidiki adalah dampak variabel independen (X), yaitu *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2), terhadap variabel dependen (Y), yaitu *switching intention*. Untuk melakukan prediksi melalui regresi, diperlukan data untuk setiap variabel, dan berdasarkan data yang telah dikumpulkan, peneliti perlu menemukan persamaan regresi linier berganda melalui proses perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

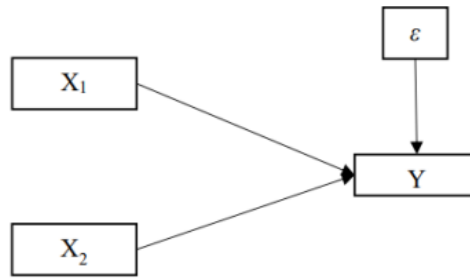
Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*switching intention*)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi adalah nilai yang menggambarkan peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan variabel independen. Jika nilai koefisien (b) positif, itu menandakan adanya kenaikan, sedangkan jika nilai koefisien (b) negatif, itu menandakan adanya penurunan.

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

Analisis regresi linier berganda akan dilaksanakan apabila terdapat minimal dua variabel independen atau lebih. Proses ini melibatkan penyusunan sub-hipotesis yang menyatakan pengaruh sub-variabel independen yang paling signifikan terhadap variabel dependen. Penjelasan lebih rinci dapat ditemukan dalam gambar 11 berikut:



Gambar 3.2
Regresi Linier Berganda

Keterangan:

X_1 = *Perceived Ease of Use*

X_2 = *Perceived Usefulness*

Y = *Switching Intention*

ε = Epsilon (variabel lain yang tidak diteliti)

Prosedur analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan teknik berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang optimal adalah yang memiliki nilai residual terdistribusi secara normal. Salah satu syarat awal dalam melakukan analisis regresi adalah adanya normalitas, yang mengharuskan data sampel memenuhi kriteria distribusi normal. Pengecekan normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah ada perbedaan varians dari residual antar pengamatan. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah yang memiliki kesamaan varians dari residual antar pengamatan, yang disebut homoskedastisitas. Jika terdapat ketidakseragaman varians, kondisi ini disebut heteroskedastisitas. Suatu persamaan regresi dianggap baik ketika tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dianggap tidak terdeteksi dalam suatu regresi jika nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel dan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika t hitung lebih besar

daripada t tabel dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05, hal tersebut menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Suatu persamaan regresi dianggap baik apabila tidak terdapat masalah autokorelasi; jika autokorelasi terjadi, maka persamaan tersebut tidak dapat diandalkan untuk keperluan prediksi. Permasalahan autokorelasi muncul ketika terdapat korelasi linier antara kesalahan pengganggu pada periode t (saat ini) dan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menentukan apakah terdapat korelasi atau hubungan yang sangat kuat di antara variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda (Paramita et al., 2021). Jika terdapat korelasi tinggi antara variabel bebas, maka keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat terganggu. Parameter yang umum digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*) menjauhi 1 dan kurang dari 10.

5. Analisis Asumsi Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk menemukan hubungan antara dua variabel yang sedang diinvestigasi. Sementara korelasi dan regresi memiliki keterkaitan yang erat, korelasi yang tidak diikuti oleh regresi menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak bersifat kausal atau sebab-akibat, atau tidak bersifat fungsional. Analisis regresi diterapkan ketika hubungan antara dua variabel bersifat kausal atau fungsional. Hasil dari perhitungan analisis korelasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 3.7
Interpretasi Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,899 – 1000	Sangat kuat

Sumber: (Sugiyono, 2013)

6. Analisis Determinasi (R^2)

Tujuan dari analisis determinasi dalam regresi berganda adalah untuk menentukan persentase kontribusi variabel independen ($X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, $X_{2.1}$, $X_{2.2}$, dan $X_{2.3}$) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan. Koefisien ini digunakan untuk mengukur sejauh mana persentase variasi perubahan dalam satu variabel (*dependen*) dipengaruhi oleh perubahan dalam variabel lain (*independen*). Jika $R^2 = 0$, itu berarti tidak ada kontribusi sama sekali dari variabel independen terhadap variasi variabel dependen, atau variabel independen dalam model tersebut tidak menjelaskan variasi variabel dependen. (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Sumber: Malhotra & Birks (2013)

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan sementara yang belum final atau suatu dugaan sementara yang merupakan konstruk peneliti terhadap masalah penelitian, yang menyatakan hubungan antara dua atau lebih variabel (Nurdin & Dra Sri Hartati, 2019). Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis. Proses untuk menguji hipotesis dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode regresi berganda. Dalam hal ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat) yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2.8.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) menentukan apakah variabel independen memberikan pengaruh secara bersama-sama atau keseluruhan terhadap variabel dependen.

Gusti Ketut Oka Saputra, 2024

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP SWITCHING INTENTION (SURVEI PADA PENGGUNA TRAVELOKA)

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

(Ghozali, 2009). Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk menilai dampak dari variabel independen-khususnya *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*-terhadap variabel dependen, yaitu *switching intention*. Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

H₀ : PYX = 0 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *switching intention* pada Pengguna Traveloka

H₁ : PYX ≠ 0 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *switching intention* pada Pengguna Traveloka

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

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

Sumber: (Malhotra & Birks, 2013)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika F_{hitung} > F_{tabel}, maka H₀ ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika F_{hitung} < F_{tabel}, maka H₀ diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

3.2.8.2 Uji Parsial (Uji T)

1.H₀ : PYX1 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *switching intention*.

H₁ : PYX1 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *switching intention*.

2.H₀ : PYX2 = 0, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *switching intention*.

H₁ : PYX2 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *switching intention*.

Pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

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

Sumber: (Malhotra & Birks, 2013)

Keterangan:

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$