

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Penelitian ini mengkaji tentang dua variabel yang akan diteliti, diantaranya variabel X (variabel *independent*) yaitu Kualitas *Website* (*Webqual 4.0*) dan variabel Y (variabel *dependent*) yaitu Keputusan Pembelian.

1. Variabel X, yaitu Kualitas *Website* (*Webqual 4.0*) yang terdiri dari kualitas informasi, kualitas interaksi dan kualitas penggunaan.
2. Variabel Y, yaitu Keputusan Pembelian yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Untuk menjadi subjek penelitian ini adalah perusahaan Trivago yaitu situs *website* Trivago.com.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu dua bulan dimulai dari bulan maret 2017 hingga Agustus 2017 dengan menggunakan metode *cross sectional method*.

Menurut Husein (2008: hlm 45), *Cross sectional method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).

#### **3.2. Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dalam melakukan penelitian, penggunaan metode penelitian yang tepat akan membantu peneliti untuk mencapai hal tersebut. Dengan metode penelitian, penulis akan menjelaskan bagaimana kondisi suatu variabel penelitian. Ada dua metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 53), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran dari kualitas *website* Trivago dengan menggunakan 3 indikator yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi dan kualitas penggunaan.

Sugiyono (2014, hlm. 54) berpendapat bahwa, penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh dilapangan yang telah dikumpulkan. Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan maka metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. *Explanatory survey* adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan perbandingan antara variabel yang melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 66) metode survei digunakan untuk mendapat data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengetahui langsung pendapat mengenai objek yang sedang diteliti karena peneliti terjun langsung ke lapangan dan menemui sampel dari keseluruhan populasi.

### **3.3. Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Desain penelitian menjamin bahwa penelitian akan lebih relevan terhadap masalah yang diteliti.

Penelitian ini sendiri menguji perbandingan variabel antar dua objek dengan menggunakan kuasa atau *power*, probabilitas untuk memperoleh suatu perbedaan yang nyata/berarti (*signifikan difference*) dengan sampel yang diteliti.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Untuk persiapan pengolahan data, maka dibuat panduan operasional variabel, yang didalamnya membuat variabel Kualitas *Website (webqual 4.0)* yang dapat dijadikan sebagai acuan kuesioner beserta indikator-indikator yang terkait, yang dibuat dalam bentuk tabel

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

Variabel / Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas <i>Website (webqual 4.0)</i> (X) Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir (Sanjaya 2012:12).	1. Kualitas Informasi	- Akurasi informasi yang disajikan <i>web Trivago</i>	- Tingkat akurasi informasi yang disajikan <i>web Trivago</i>	Ordinal	1
		- Kepercayaan informasi yang disajikan <i>web Trivago</i>	- Tingkat kepercayaan informasi yang disajikan <i>web Trivago</i>	Ordinal	2
		- Intensitas informasi yang di <i>update web Trivago</i>	- Tingkat intensitas informasi yang di <i>update web Trivago</i>	Ordinal	3
		- Informasi yang relevan dengan <i>web Trivago</i>	- Tingkat informasi yang relevan dengan <i>web Trivago</i>	Ordinal	4
		- Informasi yang mudah dimengerti di <i>web Trivago</i>	- Tingkat Informasi yang mudah dimengerti di <i>web Trivago</i>	Ordinal	5
		- Informasi yang rinci yang disajikan <i>web Trivago</i>	- Tingkat informasi yang rinci yang disajikan <i>web Trivago</i>	Ordinal	6
		- Penyajian/ tampilan informasi yang baik di <i>web Trivago</i>	- Tingkat penyajian/ tampilan informasi yang baik di <i>web Trivago</i>	Ordinal	7
2. Kualitas Interaksi	- Reputasi situs <i>Trivago</i>	- Tingkat reputasi situs <i>Trivago</i>	Ordinal	8	

	- Keamanan situs Trivago untuk melakukan transaksi	- Tingkat keamanan situs Trivago untuk melakukan transaksi	Ordinal	9
	- Keamanan informasi pribadi yang tersimpan disitus Trivago	- Tingkat keamanan informasi pribadi yang tersimpan disitus Trivago	Ordinal	10
	- Kemudahan berinteraksi dengan layanan konsumen disitus Trivago	- Tingkat kemudahan berinteraksi dengan layanan konsumen disitus Trivago	Ordinal	11
3. Kualitas Penggunaan	- Kemudahan situs Trivago untuk dipelajari dan dioperasikan	- Tingkat kemudahan situs Trivago untuk dipelajari dan dioperasikan	Ordinal	12
	- Interaksi dengan situs Trivago jelas dan dimengerti	- Tingkat interaksi dengan situs Trivago jelas dan dimengerti	Ordinal	13
	- Kejelasan navigasi/ petunjuk yang disajikan disitus Trivago	- Tingkat kejelasan navigasi/ petunjuk yang disajikan disitus Trivago	Ordinal	14
	- Kemenarikan tampilan yang dimiliki situs Trivago	- Tingkat kemenarikan tampilan yang dimiliki situs Trivago	Ordinal	15
	- Tingkat persaingan situs Trivago dengan kompetitor	- Tingkat persaingan situs Trivago dengan kompetitor	Ordinal	16
4. Kualitas Website	- Kesan Keseluruhan Website Trivago	- Tingkat kualitas website Trivago secara keseluruhan	Ordinal	17

<p><b>Keputusan Pembelian (Y)</b>  Pada tahap evaluasi, bentuk konsumen preferensi di antara merek di set pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai (Kotler dan Keller, 2016:198)</p>	1.Pilihan Produk	- Ketersediaan pilihan kamar hotel diberbagai daerah di Indonesia pada situs Trivago	- Tingkat ketersediaan pilihan kamar hotel diberbagai daerah di Indonesia pada situs Trivago	Ordinal	18
	2.Waktu Pembelian	- Ketersediaan kamar hotel yang sesuai dengan waktu pemesanan yang diinginkan disitus Trivago	- Tingkat ketersediaan kamar hotel yang sesuai dengan waktu pemesanan yang diinginkan disitus Trivago	Ordinal	19
	3.Pilihan Merek	- Trivago sangat dipercaya karena telah tersedia di 52 negara	- Situs Trivago sangat dipercaya karena telah tersedia di 52 negara	Ordinal	20
	4.Pilihan Penyalur	- Kemudahan dalam melakukan proses pemesanan di website Trivago	- Tingkat kemudahan dalam melakukan proses pemesanan di website Trivago	Ordinal	21
	5.Jumlah Pembelian	- Jumlah pemesanan kamar hotel disitus Trivago berdasarkan penawaran harga yang bersaing dengan kompetitor	- Tingkat jumlah pemesanan kamar hotel disitus Trivago berdasarkan penawaran harga yang bersaing dengan kompetitor	Ordinal	22
	6.Metode Pembayaran	- Pertimbangan melakukan pemesanan kamar hotel pada situs Trivago berdasarkan beragam metode pembayaran	- Tingkat pertimbangan melakukan pemesanan kamar hotel pada situs Trivago berdasarkan beragam	Ordinal	23

### **3.5. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data**

Data merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Dari sebuah data yang diperoleh akan ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari interpretasi. Maka dari itu, kejelasan sebuah data yang diperoleh juga sangat penting sehingga penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Gambaran tentang hal tersebut akan dijelaskan pada sub bab ini. Berdasarkan hal tersebut diperlukan beberapa informasi mengenai jenis data, sumber data yang diperoleh dan bagaimana teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data tersebut.

#### **3.5.1. Jenis dan Sumber Data**

Menurut Istijanto (2009, hlm. 36), data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan terlebih dahulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Berkaitan dengan data yang dikumpulkan, pada dasarnya jenis data dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang diteliti secara khusus. Data ini belum tersedia karena peneliti perlu terjun langsung ke lapangan untuk menemui sumbernya sehingga data primer bisa dikatakan data yang didapat oleh peneliti dengan tangannya sendiri. Data Primer yang akan di dapatkan pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen trivago di kota Bandung.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain (bukan oleh peneliti sendiri) untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini, peneliti hanya sekedar mencatat, mengakses dan meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkan data tersebut sebelumnya. Data sekunder yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pencarian di internet, membaca buku literatur, membaca jurnal dan penelitian lainnya.

#### **3.5.2. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mendapatkan data, peneliti dapat melakukan beberapa cara yang dapat ditempuh. Masing-masing teknik pengumpulan data dilakukan berdasarkan data apa yang ingin diperoleh. Menurut Nazir (2011, hlm. 174) ada beberapa cara dalam mengumpulkan data yaitu:

#### a. Observasi langsung

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan data tanpa ada standar pertolongan alat lain untuk keperluan tersebut.

#### b. Wawancara

Proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau koresponden dengan alat yang digunakan yang disebut *interview guided* (panduan wawancara). Saat melakukan wawancara dengan responden atau konsumen Trivago, peneliti menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya didalam selembar kertas. Saat melakukan wawancara, peneliti berpedoman pada urutan pertanyaan yang telah disusun.

#### c. Kuesioner

Alat lain untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebut secara umum dengan nama kuesioner. Kuesioner yang digunakan peneliti menggunakan media digital yaitu Google Form.

#### d. Studi Literatur/Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

### 3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Pengertian populasi menurut Nazir (2011, hlm. 273) adalah kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang ingin kita buat inferensi. Populasi itu berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya ataupun dengan bendanya. Dalam penelitian ini sasarannya adalah pengunjung situs trivago.com. Dengan situs yang diteliti, maka penelitian ini memiliki populasi dengan jumlah seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2**  
**Jumlah Populasi Trivago.com**

No.	Situs	Daily pageviews	Daily visitor
1	Trivago.com	8.810	4.004

Sumber: <http://www.statshow.com/www/trivago.co.id>, 17 Juli 2017

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya

sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak. Dalam penentuan jumlah sampel, peneliti dengan rumus perhitungan slovin yaitu :  
 $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$

Dimana:

- n : Jumlah sampel
- e<sup>2</sup> : Presisi yang ditetapkan 0,01
- N : Jumlah populasi

Adapun perhitungan dari rumus tersebut dalam penelitian ini adalah :

$$n_1 (\text{Trivago.com}) = \frac{4004}{1 + 4004 \cdot 0,01^2} = \frac{4004}{40,05} = 99,9 \approx 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti menetapkan banyak responden yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 orang untuk responden trivago.com.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan *sampel non probability sampling* dengan *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2012, hlm. 122) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya. Karakteristik yang ditentukan penulis adalah orang yang berdomisili di Kota Bandung, mengetahui situs Trivago.com atau pernah mengakses situs Trivago.com dan atau pernah melakukan pemesanan kamar hotel di Trivago.com.

### 3.7. Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan untuk menguji item kuesioner mana yang valid dan mana yang tidak valid. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen yang digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yaitu :

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

(Sugiyono, 2014, hlm. 183)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X^2$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

n = banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan cara signifikan sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga  $t_{tabel}$  dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ )
3. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ )

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows 20.0* untuk Trivago.com. dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen Kualitas *Website* Trivago. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.3:

**Tabel 3.3**  
**Tabel Interpretasi Nilai r**

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2010:319)

Pengujian validitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan  $n = 30 - 2 = 28$  didapat r tabel sebesar 0,374. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel Kualitas *Website* dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Website Trivago**

No	Butir pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	- Tingkat akurasi informasi yang disajikan <i>web</i> Trivago	0,752	0,374	Valid
2	- Tingkat kepercayaan informasi yang disajikan <i>web</i> Trivago	0,414	0,374	Valid
3	- Tingkat intensitas informasi yang di <i>update web</i> Trivago	0,480	0,374	Valid
4	- Tingkat informasi yang relevan dengan <i>web</i> Trivago	0,394	0,374	Valid
5	- Tingkat Informasi yang mudah dimengerti di <i>web</i> Trivago	0,645	0,374	Valid
6	- Tingkat informasi yang rinci yang disajikan <i>web</i> Trivago	0,646	0,374	Valid
7	- Tingkat penyajian/ tampilan informasi yang baik di <i>web</i> Trivago	0,658	0,374	Valid
8	- Tingkat reputasi situs Trivago	0,402	0,374	Valid
9	- Tingkat keamanan situs Trivago untuk melakukan transaksi	0,645	0,374	Valid
10	- Tingkat keamanan informasi pribadi yang tersimpan disitus Trivago	0,549	0,374	Valid
11	- Tingkat kemudahan berinteraksi dengan layanan konsumen disitus Trivago	0,410	0,374	Valid
12	- Tingkat kemudahan situs Trivago untuk dipelajari dan dioperasikan	0,549	0,374	Valid
13	- Tingkat interaksi dengan situs Trivago jelas dan dimengerti	0,686	0,374	Valid
14	- Tingkat kejelasan navigasi/ petunjuk yang disajikan disitus Trivago	0,487	0,374	Valid
15	- Tingkat kemenarikan tampilan yang dimiliki situs Trivago	0,678	0,374	Valid
16	- Tingkat persaingan situs Trivago dengan competitor	0,603	0,374	Valid
17	- Tingkat kualitas website Trivago secara keseluruhan	0,632	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017 dengan SPSS 20.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian Kualitas *Website* Trivago pada tabel 3.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no.1 sampai dengan no.17 dinyatakan valid karena  $r_{tabel} < r_{hitung}$ .

Pengujian validitas instrumen dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan  $n = 30 - 2 = 28$  didapat  $r$  tabel sebesar 0,374. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini:

**Tabel 3. 5**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Keputusan Pembelian**

No	Butir pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	- Tingkat ketersediaan pilihan kamar hotel diberbagai daerah di Indonesia pada situs Trivago	0,753	0,374	Valid
2	- Tingkat ketersediaan kamar hotel yang sesuai dengan waktu pemesanan yang diinginkan disitus Trivago	0,858	0,374	Valid
3	- Situs Trivago sangat dipercaya karena telah tersedia di 52 negara	0,750	0,374	Valid
4	- Tingkat kemudahan dalam melakukan proses pemesanan di website Trivago	0,933	0,374	Valid
5	- Tingkat jumlah pemesanan kamar hotel disitus Trivago berdasarkan penawaran harga yang bersaing dengan kompetitor	0,752	0,374	Valid
6	- Tingkat pertimbangan melakukan pemesanan kamar hotel pada situs Trivago berdasarkan beragam metode pembayaran	0,795	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017 dengan *SPSS 20.0 for Window*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian Keputusan Pembelian pada tabel 3.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no.1 sampai dengan no.6 dinyatakan valid karena  $r_{tabel} < r_{hitung}$ .

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2010, hlm. 221) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, degan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 239)

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = Varians total

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
  - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
  - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
  - d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
  - e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item  $\sum \sigma_b^2$ , langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total ( $\sigma_t^2$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 239)

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians

$\sum X^2$  = Jumlah skor

N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

*Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus-rumus diatas menggunakan fasilitas software SPSS 20.0 for window, dengan hasil yang tercantum pada Tabel 3.6.*

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Website Trivago dan Keputusan Pembelian**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	<i>Kualitas Website Trivago</i>	0,922	0,70	Reliabel
2	<i>Keputusan Pembelian</i>	0,884	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data dengan *SPSS 20.0 for window*

Hasil pengujian pada Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian variabel X dan Y dinyatakan reliabel, dikarenakan masing-masing nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Menurut hasil perhitungan reliabilitas dengan bantuan *SPSS 20.00 for windows* diperoleh nilai Alpha > 0,00, artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*).

Berdasarkan jumlah kuesioner yang telah disebar kepada 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka bila dikonsultasikan dengan nilai  $r_{table}$  yaitu sebesar 0,70. Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas *Website* Trivago dan Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan  $r_{hitung}$  variabel Kualitas *Website* Trivago dan Keputusan Pembelian lebih besar dari  $r_{tabel}$  .

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian penelitian ini dapat dikatakan tanpa adanya suatu kendala terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrumen penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

### 3.8 Rancangan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis, yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Apabila menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

### 3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mencari tahu gambaran dari variabel yang diteliti secara mandiri berdasarkan data hasil kuesioner setelah di analisis. Analisis data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif kemudian disajikan dalam tabel dan diinterpretasikan. Menurut Sugiyono (2014: hlm 147), “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud untuk menggeneralisasikan”.

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan skor variabel X dan variabel Y serta kedudukannya, dengan prosedur sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan rumus:

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

SK = skor kriterium

ST = skor tertinggi

JB = jumlah butir

JR = jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus :

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan:

$\sum xi$  = jumlah skor hasil kuesioner variabel X

$x1 - xn$  = jumlah skor kuesioner masing-masing reponden

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

Tinggi :  $SK = ST \times JB \times JR$

Rendah :  $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan:

ST = skor tertinggi

SR = skor terendah

JB = jumlah butir

JR = jumlah responden

- Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tinggi} - \text{Skor Kontinum Rendah}}{3}$$

- Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$ ).



**Gambar 3. 1**  
**Contoh Garis Konitnum**

4. Membandingkan skor total tiap variabel dengan *parameter* di atas untuk memperoleh gambaran Kualitas *Website* (X) dan variabel Keputusan Pembelian (Y).

Dalam analisis deskriptif ini tidak dirumuskan hipotesis kerja, hanya menggambarkan keadaan variabel berdasarkan data kuesioner yang terkumpul. Adapun variabel yang dideskripsikan terdiri dari variabel Kualitas *Website* (X) dan variabel Keputusan Pembelian (Y). Dalam penafsiran data yang terkumpul, digunakan kaidah persentase dari 0 % - 100 % yang disajikan dalam tabel dan diagram. Kriteria penafsiran pengolahan data berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 3. 7**  
**Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Kuesioner**

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0 % - 20 %	Sangat Rendah
2	21 % - 40 %	Rendah
3	41 % - 60 %	Cukup Tinggi
4	61 % - 80 %	Tinggi
5	81 % - 100 %	Sangat Tinggi

Sumber : Modifikasi dari Sugiyono (2014, hlm. 184)

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, di antaranya :

- a. Analisis deskriptif Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) pada perusahaan *online travel agent* Trivago.com yang menyangkut aspek kualitas informasi, kualitas interaksi dan kualitas penggunaan.
- b. Analisis deskriptif keputusan pembelian yang terdiri dari aspek pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

### 3.8.2. Analisis Verifikatif

Selain analisis deskriptif, penelitian ini juga menggunakan teknik analisis verifikatif yaitu teknik analisis untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh Kualitas *Website (webqual 4.0)* terhadap keputusan pembelian pesan hotel di situs Trivago.com. Teknik analisis verifikatif ini digunakan untuk mengetahui hubungan korelatif antar variabel yang dirumuskan dalam hipotesis dan di uji pengaruhnya serta signifikansinya. Penelitian ini hanya meneliti dua variabel maka teknik analisa yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

Langkah analisis verifikatif dengan cara mengubah data ordinal menjadi interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*. Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian seluruhnya adalah skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*.

#### 3.8.2.1 Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) Keputusan Pembelian dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) Kualitas *Website (webqual 4.0)*. Maksud dari teknik analisis ini juga dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen ataupun sebaliknya. Menurut Sugiyono (2014: hlm 270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

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

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

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

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

### 3.8.2.2 Uji Asumsi Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal maka digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji *Chi Square*, *Skewnes* dan *Kurtonis* atau uji *Kolmogorov Smirnov*.

Analisis regresi merupakan bagian dari analisis data statistik parametris. Menurut Sugiyono (2014: hlm 150), "Asumsi utama dalam melakukan analisis statistika parametris adalah data yang dianalisis harus berdistribusi normal". Untuk mengetahui apakah data yang dianalisis dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji normalitas.

### 3.8.2.3 Analisis Korelasi

Tujuan perhitungan dengan menggunakan analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Terdapat dua macam hubungan variabel, yaitu hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan/penurunan X diikuti oleh kenaikan/penurunan Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut dengan koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya:

- Jika  $r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
- Jika  $r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)
- Jika  $r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson (*Pearson's Product Moment Coefficient of Corellation*), yaitu :

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

(Suharsimi Arikunto 2010, hlm: 213)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X^2$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

n = banyaknya responden

**Tabel 3. 8**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkatan Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah / Lemah dapat diabaikan
0,20 – 0,399	Rendah / Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi / Kuat
0,80 – 1,000	Sangat tinggi / Sangat kuat

*Sumber : Sugiyono (2014, hlm: 183)*

### 3.9 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini yang menjadi independent variabel yaitu Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) (X), sedangkan dependent variabel yaitu Keputusan Pembelian (Y). Rancangan ini digunakan untuk mengetahui apa saja yang akan di uji dalam suatu perumusan sementara. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini penulis haruslah membuat rancangan sementara atau penetapan hipotesis. Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan ada atau tidaknya pengaruh dari Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis pada penelitian ini yaitu :

Ho: Tidak terdapat pengaruh dari Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) terhadap *Online Keputusan Pembelian*.

Ha: Terdapat pengaruh Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) terhadap *Online Keputusan Pembelian*.

Berdasarkan pada statistik yang digunakan dan hipotesis penelitian diatas, maka penulis menetapkan dua hipotesis yang digunakan untuk uji statistiknya yaitu hipotesis nol (Ho) yang diformulasikan untuk ditolak dan hipotesis alternative (Ha) yaitu hipotesis penulis yang diformulasikan untuk diterima, dengan perumusan sebagai berikut :

Ho :  $\rho = 0$ , Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* (Y)

Ha :  $\rho \neq 0$ , Kualitas *Website* (*webqual* 4.0) (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* (Y)

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dapat dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  H0 ditolak; H1 diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  H0 diterima; H1 ditolak

Untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan dapat diterima, maka digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2014 hlm: 184)

Keterangan:

t = Statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian