

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan ilmu manajemen pemasaran, objek yang diteliti terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *intention to re-use* pembelian tiket pesawat pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Objek penelitian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah *intention to re-use* dan *independent variable* (X) yaitu *e-service quality* yang terdiri dari *availability* (X₁), *security* (X₂), *personalization* (X₃), *reliability* (X₄) dan *fulfillment* (X₅) (Asadpoor & Abolfazli, 2017).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen individu dari Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung yang menggunakan *online travel agent* Traveloka, Booking.com dan Tiket.com untuk pembelian tiket pesawat. Dipilihnya *online travel agent* Traveloka, Booking.com dan Tiket.com sebagai tempat penelitian karena berdasarkan data *visit over time* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dan data *channel overview* menunjukkan bahwa perilaku konsumen yang menggunakan Traveloka, Tiket.com dan Booking.com lebih cenderung langsung mencari ke *website*, dibandingkan mengklik link yang ada di *website* lain atau yang di *share* oleh orang lain. Hal ini menjelaskan bahwa *intention to re-use* di Traveloka, Tiket.com dan Booking.com menjadi masalah yang cukup krusial.

Metode pelaksanaan waktu penelitian menggunakan metode *cross section* dilakukan kurang dari satu tahun. Menurut Uma dan Roger (2016:104) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, dalam periode beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian. Alasan mendasar dipilihnya Traveloka, Tiket.com dan Booking.com sebagai objek penelitian adalah peneliti ingin mengetahui apakah meningkatnya penggunaan kembali atau *intention to re-use* disebabkan adanya pengaruh *e-service quality* di Traveloka, Tiket.com dan Booking.com.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma dan Roger (2016) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi secara terperinci mengenai gambaran *e-service quality* yang terdiri dari *availability, security, personalization, reliability* dan *fulfillment* (Asadpoor & Abolfazli, 2017). Sedangkan penelitian verifikatif menurut Donald dan Pamela (2014) adalah suatu penelitian yang mencoba untuk mengungkapkan hubungan kausal antara variabel. Menurut Uma dan Roger (2016:44) penelitian verifikatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab dan akibat antar variabel. Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *e-service* dan gambaran mengenai *intention to re-use* pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Menurut Mc Daniel dan Pamela (2014) Uma dan Roger (2016) metode penelitian merupakan pendekatan umum untuk mengumpulkan data yang menentukan apakah kesimpulan kausal dapat ditarik. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. *Exploratory survey* adalah penelitian yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman konsep, untuk mengklarifikasi sifat yang tepat dari masalah yang harus dipecahkan atau untuk mengidentifikasi variabel penting yang harus dipelajari. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Melalui penelitian ini data-data dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder, yang dimana data primer ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada pengguna *online travel*

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

agent Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung yang dijadikan sampel agar memperoleh data yang relevan. Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *intention to re-use* pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variable adalah proses perubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variable terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionisasikan dalam dua variabel utama yaitu variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah *intention to re-use* dan *independent variable* (X) yaitu *e-service quality* yang terdiri dari *availability* (X_1), *security* (X_2), *personalization* (X_3), *reliability* (X_4) dan *fulfillment* (X_5)

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Intention to re-use</i> (Y)	<i>Intention to re-use</i> merupakan niat pelanggan <i>online</i> untuk menggunakan situs <i>online</i> lagi (Malhotra et al., 2017:21).				
	Saya berniat untuk melakukan pembelian tiket pesawat pada <i>website</i> OTA dimasa mendatang				Ordinal

Saya akan selalu mencoba pembelian tiket pesawat pada website OTA	Ordinal	3.2
---	---------	-----

Saya berencana melakukan pembelian tiket pesawat menggunakan <i>website OTA</i> secara berkala.	Ordinal	3.3
---	---------	-----

E-service quality didefinisikan sebagai seberapa besar kemampuan *website* untuk memberikan pengalaman berbelanja dan pembayaran secara efektif dan efisien.

<i>E-Service Quality (X)</i>	<i>Availability</i>	Tingkat kesiapan <i>website</i> untuk digunakan secara <i>online</i>	Ordinal	3.4	
		Kelengkapan atau seberapa tersedianya situs <i>online</i> tersebut (Asadpoor & Abolfazli, 2017).	Tingkat kecepatan <i>website</i> untuk diakses sehingga dapat menghemat waktu.	Ordinal	3.5
		Tingkat berfungsinya situs <i>website</i>	Ordinal	3.6	
	<i>Security</i>	Kebebasan dari bahaya, risiko, atau keraguan. Ini menimbulkan kenyamanan pelanggan untuk bertukar informasi dan melakukan transaksi keuangan secara <i>online</i> sebagai tanggapan atas harapan positif yang dimiliki konsumern tentang perilaku perusahaan <i>online</i> (Asadpoor & Abolfazli, 2017).	Tingkat keamanan data pribadi pengguna <i>website</i>	Ordinal	3.7
		Tingkat keterlindungan privasi pengguna dalam bertransaksi di <i>website</i> atau aplikasi.	Ordinal	3.8	
		Tingkat kenyamanan bertransaksi dalam <i>website</i>	Ordinal	3.9	
	<i>Personalization</i>	Melibatkan perhatian individual atau pribadi, ucapan terima kasih dari toko online, dan ketersediaan tempat untuk bertanya atau komentar untuk pelanggan.	Tingkat ketersediaan fitur untuk bertanya dan berkomentar bagi pengguna <i>website</i> .	Ordinal	3.10

(Asadpoor & Abolfazli, 2017).		Tingkat apresiasi <i>website</i> kepada pengguna melalui pengiriman ucapan terimakasih ke <i>email</i> pengguna	Ordinal	3.11
Meliputi konsistensi kinerja dan kehandalan. Itu berarti bahwa perusahaan akan melakukan pelayanan dengan cara yang benar, memelihara catatan dengan akurat dan juga menjamin keamanan informasi pribadi. (Asadpoor & Abolfazli, 2017).	<i>Reliability</i>	Tingkat keakuratan pemesanan tiket pesawat di <i>website</i>	Ordinal	3.12
		Tingkat kehandalan <i>website</i> dalam menjamin keamanan data pribadi pengguna	Ordinal	3.13
Ketepatan janji layanan, pengiriman produk dalam waktu yang dijanjikan (Asadpoor & Abolfazli, 2017).	<i>Fulfillment</i>	Tingkat ketepatan janji promosi	Ordinal	3.14
		Tingkat kejujuran atas penawaran harga tiket pesawat yang diberikan pada <i>website</i>	Ordinal	3.15

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

1. Data Primer
Menurut McDaniel dan Gates (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan/penelitian. Sedangkan Uma dan Roger (2016) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan langsung dari pengunjung mengenai pengaruh *availability*, *security*, *personalization*, *reliability* dan *fulfillment* untuk meningkatkan *intention to re-use*.
2. Data Sekunder
Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Sedangkan

menurut Uma dan Roger (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia	Sekunder	dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2017,
2.	<i>Traffic Rank Online Travel Agent</i>	Sekunder	similarweb.com
3.	visits over time,	Sekunder	similarweb.com
4.	<i>Channels Overview</i>	Sekunder	similarweb.com
5.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>e-service quality</i> dan <i>intention to re-use</i> .	Sekunder	<i>E-book</i> dan jurnal
6.	Tanggapan konsumen mengenai <i>e-service quality</i>	Primer	Pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com dari Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
7.	Tanggapan konsumen mengenai <i>intention to re-use</i>	Primer	Pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com dari Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Sumber: Hasil pengolahan dari beberapa sumber, 2018

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Menurut Uma dan Roger (2016), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi.

Berdasarkan pengertian populasi diatas, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com dari Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

intention to re-use. Langkah awal seorang peneliti harus menentukan jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*) yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, dengan data sebagai berikut:

Tabel 3.3
Data Populasi Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung Pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com dalam pembelian Tiket Pesawat

No	Jurusan	Jumlah pengguna <i>online travel agent</i>			Total Populasi
		Traveloka	Tiket.com	Booking.com	
1	Manajemen Pemasaran Pariwisata	46	33	25	104
2	Manajemen Resort and Leisure	51	28	30	109
3	Manajemen Industri Katering	34	26	29	89
4	Geografi	38	32	21	91
5	Sosiologi	55	29	17	101
6	Sejarah	19	27	11	57
7	IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial)	26	38	9	73
8	PKN (Pendidikan Kewarga Negeraan)	31	30	25	86
9	IPAI (Ilmu Pendidikan Agama Islam)	20	15	19	54
10	SPIG (Survey Pemetaan Informasi Geografi)	42	26	20	88
TOTAL		362	284	206	852

Populasi (N) dalam penelitian ini pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung yang berjumlah 852 orang.

3.2.4.2 Sampel

Dalam sebuah penelitian pada umumnya tidak meneliti semua populasi. Hal tersebut disebabkan karena beberapa faktor seperti keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti mengambil sebagian dari populasi yang disebut sampel.

Menurut Siregar (2015, hlm. 58), “sampel adalah merupakan suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”. Menurut Sugiyono (2014, hlm. 118), yang dimaksud dengan “sampel adalah sebagian dari jumlah dan

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, apa yang dipelajari dari sampel yang diambil maka kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi”.

Untuk memperoleh sampel yang mewakili dari populasi, maka setiap subyek dari populasi diharapkan memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan angka tolerir 0,5 yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang ditolelir

Maka dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{852}{1 + 852(0,05)^2} \\ &= \frac{852}{1 + 2.13} \\ &= 272.20 \\ &= 300 \text{ orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan teknik sampling tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 300 pengguna Traveloka, Tiket.com dan Booking.com sedangkan yang dijadikan responden yaitu mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Untuk memperoleh *sample* yang proposional, maka digunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, teknik ini digunakan karena populasinya tidak homogen. *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Strata yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu pembelian tiket pesawat melalui Traveloka, Tiket.com dan Booking.com di jurusan Manajemen Pemasaran Pariwisata, Manajemen *Resort and Leisure*, Manajemen Industri *Katering*, Geografi, Sosiologi, Sejarah, IPS, PKN, IPAI dan SPIG dengan menggunakan rumus alokasi *proportional*:

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Dimana:

n_i = Jumlah anggota sampel menurut stratum

n = Jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i = Jumlah anggota populasi menurut stratum

N = Jumlah anggota populasi seluruhnya

Untuk pembagian banyaknya jumlah program studi, dicontohkan untuk program studi Manajemen Pemasaran Pariwisata. Maka jumlah anggota sampel berdasarkan data populasi pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada program studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung dalam pembelian tiket pesawat adalah:

$$A = \frac{104}{852} \cdot 300 = 36,61 = 37$$

Bisa dilihat untuk nilai proporsional program studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung pada masing-masing *online travel agent* menggunakan perhitungan rumus kedua, yaitu:

$$A = \frac{46}{104} \cdot 37 = 16,36 = 16$$

$$B = \frac{33}{104} \cdot 37 = 11,74 = 12$$

$$C = \frac{25}{104} \cdot 37 = 8,89 = 9$$

Untuk perhitungan program studi lainnya menggunakan perhitungan yang sama seperti halnya perhitungan diatas

Berdasarkan rumus nilai proporsional melalui teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* maka tabel lengkap berdasarkan perhitungan disajikan dalam tabel ini. jumlah anggota sampel proporsional dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Jumlah Anggota Sampel menggunakan Teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*

No	Jurusan	Jumlah pengguna <i>online travel agent</i>			Total Populasi
		Traveloka	Tiket.com	Booking.com	
1	Manajemen Pemasaran Pariwisata	16	12	9	37

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

2	Manajemen Resort and Leisure	18	10	10	38
3	Manajemen Industri Katering	12	9	10	31
4	Geografi	14	11	7	32
5	Sosiologi	20	10	6	36
6	Sejarah	7	9	4	20
7	IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial)	9	14	3	26
8	PKN (Pendidikan Kewarga Negara)	11	10	9	30
9	IPAI (Ilmu Pendidikan Agama Islam)	7	5	7	19
10	SPIG (Survey Pemetaan Informasi Geografi)	15	9	7	31
TOTAL		129	99	72	300

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Uma dan Roger (2016:240) sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam *probability sampling*, unsur-unsur dalam populasi memiliki beberapa peluang atau probabilitas untuk dipilih sebagai sampel, sedangkan dalam *nonprobability sampling*, setiap elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau teah ditentukan sebelumnya dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016).

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel *plobability* meliputi *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *clustersampling*. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Teknik *simple random sampling* memungkinkan setiap unit sampling sebagai unsur populasi memperoleh peluang yang sama

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

untuk menjadi sampel. Penulis menggunakan teknik *simple random sampling* karena yang menjadi populasi dalam penelitian ini tidak terlalu besar.

Untuk memperoleh *sample* yang proposional, maka digunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, teknik ini digunakan karena populasinya tidak homogen. *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Populasi terdiri atas 300 orang mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com dalam pembelian tiket pesawat.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data. Oleh karena itu, peneliti perlu mengetahui bagaimana teknik pengumpulan data supaya mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner *online*, berisi pertanyaan mengenai identitas dan pengalaman responden, penilaian responden mengenai *e-service quality* dan *intention to re-use* pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung pada 3 situs yang berbeda.
2. Studi Literatur, dengan pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku maupun jurnal-jurnal guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
3. Wawancara, dengan mengajukan pertanyaan baik tertulis maupun lisan, kepada pengguna *online travel agent* Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung

Agar lebih jelas, maka penulis menggambarkan dan menyajikan tujuan menggunakan teknik pengumpulan data pada Tabel 3.3 berikut ini:

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

Tabel 3.5
Teknik Pengumpulan Data dikaitkan dengan Tujuan Penelitian

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Kuesioner <i>online</i>	Pengguna <i>online travel agent</i> Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung
2.	Studi Literatur	Buku dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian
3.	Wawancara	Pengguna <i>online travel agent</i> Traveloka, Tiket.com dan Booking.com pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung

Sumber: Hasil Pengolahan dari beberapa sumber, 2018

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (*validitas*) dan kekonsistenan (*reliabilitas*) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan -pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang terkumpul, berikutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *e-service quality* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *intention to re-use* (Y). Melakukan analisis data untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarikan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya *diukur*. Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistika, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Uma dan Roger (2016) menjelaskan bahwa validitas adalah bukti bahwa instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan “validitas eksternal, bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada”. digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi, yakni 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 : Sugiyono (2012:248)

Keterangan:

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

r^{xy}	= Koefisien korelasi
n	= Jumlah sampel atau banyaknya responden
X	= Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
Y	= Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
$\sum X^2$	= Jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
$\sum Y^2$	= Jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
$\sum X^2$	= Kuadrat faktor variabel X
$\sum Y^2$	= Kuadrat faktor variabel Y
$\sum YX$	= Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Selain menggunakan rumus korelasi, dapat juga menggunakan rumus signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Hasil pengujian validitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program SPSS (*Statistical product for Service Solution*) 20 for windows.

Berdasarkan hasil perhitungan validitas yang dilakukan dengan menggunakan program *IBM SPSS 20* dari item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan *E-Service Quality* terhadap *Intention to Re-Use*

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>				
A. Availability				
1.	Tingkat kesiapan <i>website</i> untuk digunakan secara <i>online</i>	0,381	0,361	Valid
2.	Tingkat kecepatan <i>website</i> untuk diakses sehingga dapat menghemat waktu.	0,707	0,361	Valid
3.	Tingkat berfungsinya situs <i>website</i>	0,773	0,361	Valid
B. Security				
4.	Tingkat keamanan data pribadi pengguna <i>website</i>	0,786	0,361	Valid
5.	Tingkat keterlindungan privasi pengguna dalam bertransaksi di <i>website</i> atau aplikasi.	0,828	0,361	Valid

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

6.	Tingkat kenyamanan bertransaksi dalam <i>website</i>	0,721	0,361	Valid
C. Personalization				
7.	Tingkat ketersediaan fitur untuk bertanya dan berkomentar bagi pengguna <i>website</i> .	0,906	0,361	Valid
8.	Tingkat apresiasi <i>website</i> kepada pengguna melalui pengiriman ucapan terimakasih ke <i>email</i> pengguna	0,889	0,361	Valid
D. Reliability				
9.	Tingkat keakuratan pemesanan tiket pesawat di <i>website</i>	0,763	0,361	Valid
10.	Tingkat kehandalan <i>website</i> dalam menjamin keamanan data pribadi pengguna	0,759	0,361	Valid
E. Fulfillment				
11.	Tingkat ketepatan janji promosi	0,786	0,361	Valid
12.	Tingkat kejujuran atas penawaran harga tiket pesawat yang diberikan pada <i>website</i>	0,877	0,361	Valid
Repurchase Intention				
13.	Saya berniat untuk melakukan pembelian tiket pesawat pada <i>website OTA</i> dimasa mendatang	0,863	0,361	Valid
14.	Saya akan selalu mencoba pembelian tiket pesawat pada <i>website OTA</i>	0,914	0,361	Valid
15.	Saya berencana melakukan pembelian tiket pesawat menggunakan <i>website OTA</i> secara berkala.	0,846	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 3.6 Hasil uji validitas item pertanyaan *e-service quality* terhadap *intention to re-use*, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam instrumen penelitian dapat diketahui sudah valid untuk digunakan dalam penelitian. Hal ini dapat dilihat dari skor r_{hitung} tiap item pertanyaan yang selalu lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} (0,361). Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi pada *e-service quality* yaitu pada item pertanyaan “Ketersediaan fitur untuk bertanya dan berkomentar bagi pengguna *website*.” sebesar 0,906. Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “Kesiapan *website* untuk digunakan secara *online*” sebesar 0,381. Pada item *intention to re-use*, hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi yaitu pada item pertanyaan “Akan selalu mencoba pembelian tiket pesawat pada *website OTA*” sebesar 0,914, sedangkan hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “Berencana melakukan pembelian tiket pesawat menggunakan *website OTA* secara berkala.” sebesar 0,846.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibitas

Naresh dan David (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama.

Rumus yang dipergunakan adalah *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. Menurut Sugiyono (2012:132) Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha* (Husein Umar, 2009:170) yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2013:170)

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini :

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Husein Umar (2013:170)

Keterangan : n : Jumlah responden
 σ = nilai varians
 x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertan

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian.

1. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

2. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas tidak memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,70.
3. Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reabilitasnya.
4. Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 *for windows* dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan program SPSS 20 *for windows*, maka diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut ini:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	<i>Ca</i> hitung	<i>Ca</i> minimal	Keterangan
1.	<i>E-Service Quality</i>	0,715	0,70	Reliabel
2.	<i>Intention to Re-Use</i>	0,856	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Tabel 3.7 menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* dengan *Ca* hitung sebesar 0,715 dan variabel *intention to re-use* dengan *Ca* hitung sebesar 0,856, dengan keterangan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel karena kedua angka tersebut bernilai lebih besar dari *Ca* minimal yaitu sebesar 0,70.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian atau untuk menguji hipotesis-hipotesis penelitian yang telah dinyatakan sebelumnya. Analisis data adalah proses penyederhanaan data dan penyajian data dengan mengelompokkannya dalam suatu bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif verifikatif. Analisis data deskriptif digunakan untuk melihat faktor yang menjadi penyebab. Analisis data deskriptif dilakukan dengan mengelompokkan, mengklasifikasikan, mendeskripsikan dan menganalisis data penelitian sehingga diperoleh gambaran umum mengenai variabel-variabel yang diteliti diantaranya:

Wanda Dania Utami, 2018

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE
WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT**

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

1. Distribusi frekuensi merupakan distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase (Naresh K. Malhotra, 2009:480).
2. Analisis *cross tabulation* merupakan teknik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil pada tabel yang mencerminkan bahwa distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Malhotra, 2009:493).
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya pengaruh variabel x yang terdapat di objek penelitian.

Rumus untuk menghitung skor ideal adalah sebagai berikut:

- | | | | |
|----|-----------------------|---|---|
| a) | Nilai indeks maksimum | = | skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden |
| b) | Nilai indeks minimum | = | skor terendah x jumlah item x jumlah responden |
| c) | Jenjang variabel | = | nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum |
| d) | Jarak interval | = | jenjang : banyaknya kelas interval |

Analisis data deskriptif yang digunakan dalam mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisis data deskriptif mengenai *e-service quality memorable* di Traveloka, Tiket.com dan Booking.com yang memiliki dimensi diantaranya *availability, security, personalization, reliability* dan *fulfillment*.
2. Analisis data deskriptif mengenai *intention to re-use* di Traveloka, Tiket.com dan Booking.com yang memiliki dimensi diantara *Perceived usefulness, Perceived ease of use, Perceived credibility, Customer awareness* dan *Social influence*

3.2.6.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda. Regresi berganda merupakan nilai dua pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antar dua variabel bebas atau lebih. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh X yaitu *e-service quality* yang terdiri *availability, security, personalization, reliability* dan *fulfillment* terhadap *intention to re-use* (Y).

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam analisis peneltian ini adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Internal* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukan suatu urutan preferensi atau penilaian. *Ordinal scale* harus mentrasformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Berikut adalah langkah-langkahnya:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, kemudian dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut ini:

Scale Valu

$$= \frac{(Dencity\ at\ lower\ limit) - (Dencity\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

2. Menyusun data

Memeriksa kelengkapan identitas responden serta memeriksa kelengkapan yang diisi oleh responden agar dapat diketahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah member skor pada item, menjumlahkan skor pada tiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis data

Menganalisis data merupakan proses penyederhanaan data dan penyajian data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasikannya agar mendapatkan suatu kesimpulan.

5. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi berganda.

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis yaitu variabel bebas (X) terdiri dari *availability*, *security*, *personalization*, *reliability* dan *fulfillment*..Sedangkan variabel terikat (Y) adalah *intention to re-use*.

3.2.6.3 Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda yaitu suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas. Regresi linear dibagi menjadi dua bagian yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Jika variabel bebas hanya 1 maka disebut linear sederhana, jika variabel bebasnya lebih dari 1, maka disebut linear berganda (Wijaya, 2012:97).

Persamaan regresi linier berganda tujuh variabel bebas dirumuskan berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

- Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksi (*Intention to Re-Use*)
- a = Harga Y bila X = 0
- B = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subyek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu. X_1 (*availability*), X_2 (*Security*), X_3 (*Personalization*), X_4 (*Reliability*), X_5 (*Fulfillment*) yang merupakan variabel penyebab.

Dalam penelitian ini menggunakan korelasi berganda karena digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya, sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Langkah-langkah menghitung koefisien ganda (R) sebagai berikut :

1. Jika harga r belum diketahui, maka hitunglah harga r. Biayanya sudah ada karena kelanjutan dari korelasi tunggal

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

2. Hitunglah r_{hitung} dengan rumus sebagai berikut : untuk dua variabel bebas rumusnya:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Keterangan:

- $R_{yx_1x_2}$ = koefisien korelasi ganda antara variabel x_1 dan x_2
 r_{yx_1} = koefisien korelasi x_1 terhadap Y
 r_{yx_2} = koefisien korelasi x_2 terhadap Y
 $r_{x_1x_2}$ = koefisien korelasi x_1 terhadap x_2

3. Tetapkan taraf signifikansi (α), sebaiknya disamakan dengan α terdahulu
 4. Tentukan kriteria pengujian R, yaitu :
 H_a : tidak signifikan
 H_0 : signifikan
 H_a : $R_{yx_1x_2} = 0$
 H_0 : $R_{yx_1x_2} \neq 0$
 Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima
 5. Cari F_{hitung} dengan rumus :

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

6. Cari $F_{tabel} = F_{(1-\alpha)}$, kemudian dengan
 $dk_{pembilang} = k$
 $dk_{penyebut} = n - k - 1$
 dimana k = banyaknya variabel bebas
 n = banyaknya anggota sampel
 dengan melihat tabel f didapat nilai F_{tabel}
 7. Bandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}
 8. buat kesimpulannya

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel independen dengan variabel dependen, yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis penelitian ini yaitu:

1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, oleh karena itu dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Mencari F hitung dengan cara :

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

Keterangan:

F_h = Nilai Korelasi

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel

Harga F_h selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel (F_t) dengan pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dan taraf yang ditetapkan adalah 10%. Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

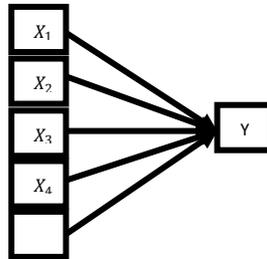
- a. Bila F_h lebih besar dari $F_t (F_h > F_t)$, maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan, yaitu diberlakukan untuk seluruh populasi,
- b. Bila F_h lebih kecil dari $F_t (F_h < F_t)$, maka koefisien korelasi yang diuji adalah tidak signifikansi yaitu tidak berlaku untuk seluruh populasi.

2. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2014:188) adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a ditolak.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda karena menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas (X) yaitu *e-service quality* yang terdiri dari X_1 (*availability*), X_2 (*Security*), X_3 (*Personalization*), X_4 (*Reliability*), X_5 (*Fulfillment*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *intention to re-use*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini:



Gambar 3.1
Regresi Linear Berganda

Keterangan :

- X_1 = *Availability*
- X_2 = *Security*
- X_3 = *Personalization*
- X_4 = *Reliability*
- X_5 = *Fulfillment*

Larangan asumsi-asumsi dalam regresi berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan dalam analisis regresi berganda tidak terjadi yaitu dengan cara melakukan uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Berikut merupakan asumsi klasik yang sering digunakan dalam analisis regresi berganda:

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan

berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji Asumsi Multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu model regresi linier berganda. Apabila ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Pengambilan keputusan dalam uji asumsi multikolinearitas dapat melalui cara berikut ini:

a. 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.

b. 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.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik yaitu yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Apabila terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.

Menurut Ridwan (2011:184) uji linearitas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linear atau tidak.

Selain teknik regresi linear berganda, dilakukan pula analisis korelasi dan uji koefisien determinasi berikut ini :

1. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya memiliki hubungan yang erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak memiliki hubungan kausal atau sebab akibat. Analisis regresi dilakukan apabila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Berikut pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 3.7 :

Tabel 3.8

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien korelasi determinasi adalah sebagai berikut:

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

(Sumber : Ghozali: 87)

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

3.2.6.4 Independent Sample T-Test

Teknik analisis kedua yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis *independent sample T-Test* karena untuk menilai

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

perbedaan antara nilai tertentu dengan rata-rata kelompok populasi. Analisis *Independent sample t-test* memiliki beberapa persyaratan statistic yang harus dipenuhi. Teknik analisis *Independent t-test* dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a. Analisis *Independent Sample T-Test*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *independent sample t-test* dalam menganalisis data yang diperbolehkan, dimana *independent sample t-test* merupakan jenis uji statistika yang tujuannya adalah untuk mencari perbandingan rata-rata antara dua grup yang tidak saling berpasangan. Sehingga dapat diketahui bahwa penelitian ini dilakukan pada dua subjek yang tidak sama atau berbeda. Prinsip dari dilakukannya analisis dengan menggunakan *t-test* adalah sebagai uji komparasi antara 2 sampel bebas serta bertujuan untuk mengetahui 2 kelompok sampel memiliki perbedaan dalam variabel tertentu. Sebelum dilakukan pengujian terlebih dahulu harus diketahui apakah variannya sama (*equal variance*) atau variannya berbeda (*unequal variance*). Homogenitas varian dapat diuji dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

F = Nilai F Hitung
 S_1^2 = Nilai varian terbesar
 S_2^2 = Nilai varian terkecil

Sebuah data, variannya akan ditanyakan tidak sama atau (*unequal variance*) jika nilai F-Hitung > F-Tabel, sedangkan akan dikatakan variannya sama (*equal variance*) jika nilai F-Hitung < F-Tabel. Bentuk dari varian kedua data akan berpengaruh pada nilai standar kesalahan atau *standard error* yang pada akhirnya akan menjadi berbeda dari rumus pengujian yang digunakan.

Uji t yang dilakukan varian yang sama (*equal variance*) dengan menggunakan rumus *Polled Varians*:

$$t = \frac{\bar{X} - \bar{X}}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

Uji t yang digunakan untuk varian yang beda (*unequal variance*) dengan menggunakan rumus *Separated Varians*:

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Metode ini digunakan untuk membandingkan persepsi perusahaan dan pengguna *online travel agent*.

Ketentuan dari uji hipotesis ini adalah:

H_0 = Tidak ada perbedaan yang nyata antara Traveloka, Tiket.com dan Booking menurut mahasiswa FPIPS UPI untuk pembelian tiket pesawat

H_1 = Ada perbedaan yang nyata antara Traveloka, Tiket.com dan Booking menurut mahasiswa FPIPS UPI untuk pembelian tiket pesawat

Untuk mengetahui hipotesis dalam penelitian ini, digunakan criteria penolakan hipotesis sebagai berikut:

1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Atau

1) Jika $Sig. \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2) Jika $Sig. \geq \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dalam analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu data ordinal yang merupakan skalanya mengandung unsur kategori atau peringkat.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk membuktikan bahwa setiap variabel *independent* (*e-service quality*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* (*intention to re-use*). Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan yaitu:

Wanda Dania Utami, 2018

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP INTENTION TO RE-USE WEBSITE OTA DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT

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

- a. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya *e-service quality* berpengaruh terhadap *intention to re-use*.
- b. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap *intention to re-use*.

Rumus hipotesisnya yaitu:

- a. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-service quality* yang terdiri dari *availability*, *security*, *personalization*, *reliability* dan *fulfillment* terhadap *intention to re-use*.
- b. H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-service quality* yang terdiri dari *availability*, *security*, *personalization*, *reliability* dan *fulfillment* terhadap *intention to re-use*.

2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *availability* terhadap *intention to re-use*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *availability* terhadap *intention to re-use*
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *security* terhadap *intention to re-use*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *security* terhadap *intention to re-use*.
- c. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *personalizations* terhadap *intention to re-use*
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *personalizations* terhadap *intention to re-use*
- d. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *reliability* terhadap *intention to re-use*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *reliability* terhadap *intention to re-use*.
- e. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara *fulfillment* terhadap *intention to re-use*.
- f. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *fulfillment* terhadap *intention to re-use*.