

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *perceived risk* terhadap *customer satisfaction* partisipan yang mengikuti *rafting* di Efdee Adventure. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi minat utama peneliti, sedangkan variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun negatif (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *perceived risk* yang terdiri dari risiko keuangan (X_1), risiko kinerja (X_2), risiko fisik (X_3), risiko waktu (X_4), dan risiko sosial (X_5). Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction* (Y).

Penelitian ini dilakukan di Efdee Adventure dengan lokasi *rafting* di Jawa Barat. Unit analisis dalam penelitian ini adalah semua partisipan yang mengikuti *rafting* di Efdee Adventure akan dijadikan sebagai responden. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study*, karena membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Penelitian ini menitik beratkan pada *survey* mengenai pengaruh *perceived risk* terhadap *customer satisfaction* di Efdee Adventure.

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) Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendapatkan data yang menggambarkan topik yang menarik (Sekaran & Bougie, 2016a:43). Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi secara terperinci mengenai gambaran *perceived risk* yang terdiri dari risiko keuangan, kinerja, fisik, waktu dan sosial. Menurut Uma dan Roger 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 *perceived risk* dan gambaran mengenai *customer satisfaction* partisipan yang mengikuti *rafting*.

Habiburahman, 2020

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (SURVEI TERHADAP PARTISIPAN RAFTING DI EFDEE ADVENTURE)

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

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Uma dan Roger (2016) mendefinisikan metode penelitian sebagai suatu 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*. 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.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variable terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya *customer satisfaction* sebagai variabel bebas (X) dengan sub variable *financial risk* (X_1), *performance risk* (X_2), *physical risk* (X_3), *time risk* (X_4), dan *social risk* (X_5), serta *customer satisfaction* (Y). Secara lengkap dalam penelitian ini, disajikan pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

VARIABEL (1)	DIMENSI (2)	KONSEP VARIABEL (3)	INDIKATOR (4)	UKURAN (5)	SKALA (6)	NO.ITEM (7)
<i>Perceived risk</i> didefinisikan sebagai perasaan ketidakpastian sehubungan dengan kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan produk atau layanan; akibatnya, motivasi konsumen untuk menghindari kesalahan lebih besar daripada keinginan mereka untuk memaksimalkan utilitas dalam pembelian (Choo et al., 2016).						
Perceived Risk (X)	<i>Financial risk</i> (X_1)	<i>Financial risk</i> yaitu persepsi bahwa sejumlah uang mungkin hilang atau diperlukan untuk membuat suatu produk berfungsi dengan baik(Ko et al., n.d.).	Kesediaan untuk mengeluarkan biaya tambahan selama kegiatan berlangsung	Tingkat kesediaan untuk mengeluarkan biaya tambahan di diluar paket selama kegiatan berlangsung.	<i>Ordinal Scale</i>	1
			Kesediaan mengeluarkan biaya rafting walaupun biaya tersebut mungkin tidak memberikan manfaat	Tingkat kesediaan mengeluarkan biaya <i>rafting</i> walaupun biaya tersebut mungkin tidak memberikan manfaat	<i>Ordinal Scale</i>	2
	<i>Performance risk</i> (X_2)	<i>Performance risk</i> yaitu persepsi bahwa suatu produk yang dibeli mungkin gagal berfungsi seperti yang diharapkan semula(Ko et al., n.d.).	Potensi kekecewaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Efdee Adventure	Tingkat potensi kekecewaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Efdee Adventure.	<i>Ordinal Scale</i>	3
			Potensi kekecewaan terhadap fasilitas yang diberikan oleh Efdee Adventure	Tingkat potensi kekecewaan terhadap fasilitas yang diberikan oleh Efdee Adventure	<i>Ordinal Scale</i>	4

VARIABEL (1)	DIMENSI (2)	KONSEP VARIABEL (3)	INDIKATOR (4)	UKURAN (5)	SKALA (6)	NO.ITEM (7)
			Potensi kekecewaan terhadap keahlian guide rafting Efdee Adventure	Tingkat potensi kekecewaan terhadap keahlian guide rafting Efdee Adventure.	Ordinal Scale	5
	Physical risk (X ₃)	Physical risk yaitu persepsi bahwa suatu produk dapat membahayakan kesehatan atau keselamatan bila tidak berfungsi dengan baik(Ko et al., n.d.).	safety procedure partisipan selama rafting di Efdee Adventure	Tingkat safety procedure partisipan selama rafting di Efdee Adventure	Ordinal Scale	6
			Standar peralatan yang digunakan Efdee Adventure.	Tingkat standar peralatan yang digunakan Efdee Adventure.	Ordinal Scale	7
			Time risk yaitu persepsi bahwa waktu dapat terbuang sia-sia ketika suatu produk yang dibeli harus diperbaiki atau diganti(Ko et al., n.d.).	Risiko waktu yang dibutuhkan untuk menempuh tempat rafting	Tingkat risiko waktu yang dibutuhkan untuk menempuh tempat rafting	Ordinal Scale
	Time risk (X ₄)		Risiko waktu yang terbuang untuk melakukan rafting	Tingkat risiko waktu yang terbuang untuk melakukan rafting	Ordinal Scale	9
	Social risk (X ₅)	Social risk yaitu persepsi bahwa suatu produk yang dibeli dapat mengakibatkan ketidaksetujuan oleh keluarga atau teman(Ko et al., n.d.).	Respon komentar negatif dari teman	Tingkat Respon komentar negatif dari teman	Ordinal Scale	10
			Respon komentar negatif dari keluarga	Tingkat Respon komentar negatif dari keluarga	Ordinal Scale	11
Customer satisfaction (Y)	Pengertian <i>customer satisfaction</i> menurut Feliks Anggia Binsar Kristian dan Hotman Panjaitan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian di mana persepsi kinerja produk atau layanan yang memenuhi atau melampaui harapan yang dipilih.					
				Tingkat kepuasan terhadap <i>financial risk</i>	Ordinal scale	12
				Tingkat kepuasan terhadap <i>performance risk</i>	Ordinal scale	13

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO.ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				Tingkat kepuasan terhadap <i>physical risk</i>	<i>Ordinal scale</i>	14
				Tingkat kepuasan terhadap <i>time risk</i>	<i>Ordinal scale</i>	15
				Tingkat kepuasan terhadap <i>social risk</i>	<i>Ordinal scale</i>	16

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

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

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 dari peserta mengenai pengaruh risiko keuangan, risiko kinerja, risiko fisik, risiko waktu, dan risiko sosial serta *customer satisfaction*.

2. Data Sekunder

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.	JENIS DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Data partisipan Efdee Adventure 2015-2018	Efdee Adventure	Sekunder
2.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>perceived risk</i> dan <i>customer satisfaction</i>	Ebook dan Jurnal	Sekunder
3.	Tanggapan Partisipan Mengenai <i>erceived risk</i>	Penyebaran Kuesioner kepada partisipan partisipan <i>rafting</i> di Efdee Adventure	Primer
4.	Tanggapan partisipan Mengenai <i>customer satisfaction</i>	Penyebaran Kuesioner kepada partisipan partisipan <i>rafting</i> di Efdee Adventure	Primer

Sumber : Pengolahan data,2020

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi dikenal sebagai contoh, populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti (Sekaran & Bougie, 2016a). Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. 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 di atas, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah partisipan *rafting* di Efdee Adventure dengan data sebagai berikut :

TABEL 3. 3
JUMLAH PARTISIPAN YANG MENGGUNAKAN JASA RAFTING EFDEE
ADVENTURE TAHUN 2015– 2018

TAHUN	PARTISIPAN
2015	412
2016	328
2017	185
2018	974
2019	584
2020	195
Jumlah Total	1.899

Sumber: Efdee Adventure 2020.

3.2.4.2 Sampel

Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016b).

Melihat pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Untuk menentukan sampel dari populasi perlu melakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan pengukuran sample dari Tabachnick dan Fidel (2018), yaitu sebagai berikut:

$$N \geq 50 + 8m$$

Atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan :

m = jumlah variabel

N = jumlah sample

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sample pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 6$$

$$N \geq 110$$

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan rumus Tabachnick dan Nick, maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 110 orang responden. Menurut Uma Sekaran (2016) dikarenakan keterbatasan waktu penelitian, peneliti dapat

Habiburahman, 2020

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (SURVEI TERHADAP PARTISIPAN RAFTING DI EFDEE ADVENTURE)

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

menentukan jumlah sampel berdasarkan sampel yang didapatkan pada kurun waktu yang telah ditetapkan.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. 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 bari kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016a),

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan ketikan pengambilan sampel di sini terbatas pada tipe orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau mereka sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016b).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Uma Sekaran (2016:24) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *perceived risk* dan *customer satisfaction* .
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu Efdee Adventure. Dalam hasil observasi, *rafting* memiliki resiko tinggi yang akan dirasakan oleh partisipasn, sehingga provider melakukan implementasi

perceived risk agar menjamin keselamatan partisipan dan meningkatkan kepuasan partisipan.

3. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan kepada manajemen Efdee Adventure dengan maksud mendapatkan informasi dengan mengenai implementasi *perceived risk* kepada pihak Efdee Adventure.
4. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *perceived risk* serta *customer satisfaction*. Kuisisioner akan ditujukan kepada semua partisipan *rafting* di Efdee Adventure secara *online* melalui *google form* yang dikirim secara langsung melalui *email* responden ataupun melalui penyebaran kuisisioner secara langsung setelah semua partisipan melakukan kegiatan *rafting*.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.4 berikut:

TABEL 3. 4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Manajemen Efdee Adventure
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>perceived risk</i> Efdee Adventure.
3	Kuisisioner	Partisipan yang mengikuti <i>rafting</i> di Efdee Adventure.
4	Studi Literatur	Teori <i>perceived risk</i> dan <i>customer satisfaction</i> .

Sumber : Hasil Pengolahan Data Sekunder dan Primer, 2020

3.2.6 Jenis dan Sumber Data

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

3. Data Primer

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 dari peserta mengenai pengaruh risiko keuangan , risiko kinerja , risiko fisik , risiko waktu , dan risiko sosial serta *customer satisfaction*.

4. Data Sekunder

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 3.5 berikut.

TABEL 3. 5
JENIS DAN SUMBER DATA

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Data partisipan Efdee Adventure 2015-2018	Efdee Adventure	Sekunder
2.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>perceived risk</i> dan <i>customer satisfaction</i>	Ebook dan Jurnal	Sekunder
3.	Tanggapan Partisipan Mengenai <i>erceived risk</i>	Penyebaran Kuesioner kepada partisipan partisipan <i>rafting</i> di Efdee Adventure	Primer
4.	Tanggapan partisipan Mengenai <i>customer satisfaction</i>	Penyebaran Kuesioner kepada partisipan partisipan <i>rafting</i> di Efdee Adventure	Primer

Sumber : Pengolahan data,2020

3.2.7 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *perceived risk* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *customer satisfaction* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas

Uma dan Roger (2016:220) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:575)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

Habiburahman, 2020

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (SURVEI TERHADAP PARTISIPAN RAFTING DI EFDEE ADVENTURE)

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

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

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

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

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

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n - 2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $dk = n-2$, $dk = 30 - 2 = 28$, maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0.374.

Hasil perhitungan dengan menggunakan *software SPSS statistic 25 for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 20 responden dapat dilihat pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

TABEL 3. 6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Perceived Risk (X)				
Financial Risk (X₁)				
1.	Kesediaan untuk mengeluarkan biaya tambahan selama kegiatan berlangsung	0.806	0,374	Valid
2.	Kesediaan mengeluarkan biaya <i>rafting</i> walaupun biaya tersebut mungkin tidak memberikan manfaat	0.807	0,374	Valid
Performance Risk (X₂)				
3.	Potensi kekecewaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Efdee Adventure.	0.888	0,374	Valid
4.	Potensi kekecewaan terhadap fasilitas yang diberikan oleh Efdee Adventure	0.904	0,374	Valid
5.	Potensi kekecewaan terhadap keahlian guide rafting Efdee Adventure.	0.881	0,374	Valid
Physical Risk (X₃)				
6.	<i>Safety procedure</i> partisipan selama <i>rafting</i> di Efdee Adventure	0.924	0,374	Valid

No.	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimpulan
7.	Standar peralatan keamanan yang digunakan Efdee Adventure.	0.904	0,374	Valid
Time Risk (X₄)				
8.	Risiko waktu yang dibutuhkan untuk menempuh tempat <i>rafting</i>	0,753	0,374	Valid
9.	Risiko waktu yang terbuang untuk melakukan <i>rafting</i>	0,762	0,374	Valid
Social risk (X₅)				
10.	Respon komentar negatif dari teman	0.933	0,374	Valid
11.	Respon komentar negatif dari keluarga	0.932	0,374	Valid
Customer Satisfaction(Y)				
16.	Kepuasan terhadap <i>financial risk</i>	0.786	0,374	Valid
17.	Kepuasan terhadap <i>performance risk</i>	0.904	0,374	Valid
18.	Kepuasan terhadap <i>physical risk</i> .	0.866	0,374	Valid
19.	Kepuasan terhadap <i>time risk</i>	0.861	0,374	Valid
20.	Kepuasan terhadap <i>social risk</i>	0.800	0,811	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas dapat diketahui bahwa setiap butir pertanyaan mengenai *customer satisfaction* (Y) dan *perceived risk*(X) dapat diketahui valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Variabel *perceived risk* (X) memiliki 11 (Sebelas) item pertanyaan dan dapat dinyatakan valid, nilai tertinggi terdapat pada *social risk* (X₅) dengan nilai sebesar 0,932 pada item pertanyaan keenam. Sedangkan pada variabel *customer satisfaction* (Y), item pertanyaan 17 memiliki nilai tertinggi sebesar 0,904 dan item pertanyaan 16 memiliki nilai terendah yaitu hanya 0,786.

3.2.7.2 Hasil Pengujian Realibilitas

Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama. Sedangkan Uma dan Roger (2016:220) reliabilitas adalah bahwa tes tentang seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukurnya.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *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 Uma Sekaran (2016:289) *Cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa

baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Pegujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

Sumber : Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016:289)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varians total

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

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai $\sum \sigma^2$ varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n-1}}$$

Sumber : Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:435)

Keterangan :

n = jumlah sampel

σ^2 = nilai varians

$\sum x^2$ = jumlah skor

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) $\geq 0,700$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak *reliable* jika nilai *cronbach's alpha* (α) $\leq 0,700$.

Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Berdasarkan perhitungan dengan *software SPSS statistic 25 for windows*, diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

TABEL 3. 7
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	C α hitung	C α minimum	Kesimpulan
1.	<i>Perceived Risk(X)</i>	0.822	0.700	Reliabel

2.	<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	0.897	0.700	Reliabel
----	----------------------------------	-------	-------	-----------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil uji reliabilitas diketahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan dapat dikatakan reliabel karena nilai hitung *Cronbach Alpha* lebih besar dibandingkan dengan nilai hitung hitung *Cronbach Alpha* yang bernilai 0,700. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah *perceived risk* dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.838, sedangkan variabel *customer satisfaction* memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0.778.

3.2.8 Analisis Data

3.2.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi informasi yang mudah dipahami. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data-data yang didapat lalu dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut :

Analisis deskriptif tersebut digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, sebagai berikut :

1. Analisis deskriptif tentang *perceived risk* Efdee Adventure yang terdiri dari risiko keuangan, risiko kinerja, risiko fisik , risiko waktu, dan risiko sosial.
2. Analisis deskriptif tentang *customer satisfaction* partisipan Efdee Adventure.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;

Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;
3. Tabulasi data;
 - a. Memberikan skor pada setiap item,
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
 - c. Mengubah jenis data, dan
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini

dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

TABEL 3. 8
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif/Sangat Tinggi	5
Setuju/Sering/ Positif/Tinggi	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral/Cukup	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif/Rendah	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Sangat Negatif/ Sangat Rendah	1

Sumber : Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:398)

4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

3.2.8.2 Pengujian Hipotesis

Proses untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan teknik regresi berganda yang memungkinkan untuk memeriksa hubungan antar variabel independen. Dalam hal ini, regresi berganda untuk mempelajari pengaruh langsung dan tidak langsung dari sejumlah variabel yang dihipotesiskan, sebagai variabel terikat (Y) *customer satisfaction* terhadap variabel lainnya yang disebut variabel bebas (X) *perceived risk* yang terdiri dari risiko keuangan, risiko kinerja, risiko fisik , risiko waktu, dan risiko sosial. Adapun untuk langkah-langkah dalam analisis data pada penelitian yakni.

1. *Method of Successive Interval (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal merupakan skala yang tidak hanya mengkategorikan perbedaan kualitatif dalam variabel, namun juga memungkinkan untuk menentukan peringkat kategori ini dengan cara yang berarti (Sekaran & Bougie, 2016b). Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval (MSI)*.

2. Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Habiburahman, 2020

PENGARUH PERCEIVED RISK TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (SURVEI TERHADAP PARTISIPAN RAFTING DI EFDEE ADVENTURE)

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

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), serta untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. berdasarkan tujuan penelitian yang dilakukan, maka variabel yang akan diteliti adalah pengaruh variabel independen (X) yaitu *Perceived Risk*, yang terdiri atas dimensi resiko keuangan (X1), resiko kinerja (X2), resiko fisik(X3), resiko waktu (X4) dan resiko sosial (X5) terhadap variabel dependen (Y) yaitu *Customer Satisfaction*. Untuk dapat membuat prakiraan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia, dan berdasarkan data yang tersedia peneliti harus menemukan persamaan regresi linier berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

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

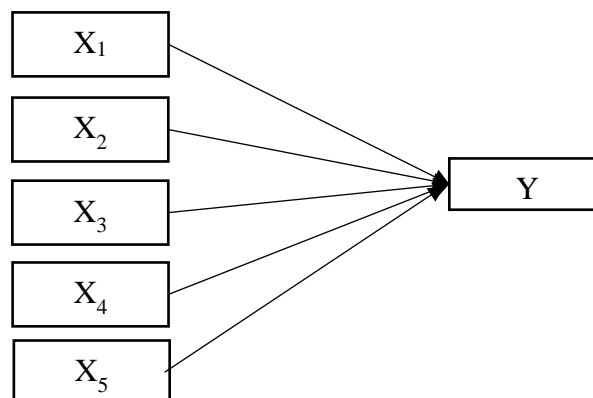
Keterangan : Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*customer satisfaction*)

a = Konstant

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 mempunyai nilai tertentu.

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



GAMBAR 3. 1
REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan:

X1 = *Finance risk*

- X2 = *Performance risk*
 X3 = *Physical risk*
 X4 = *Time risk*
 X5 = *Social risk*
 Y = *Customer Satisfaction*

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur sebagai berikut :

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel yang hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya yang seharusnya tetap, atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, apabila terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak akan layak dipakai untuk prediksi.

d. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Apabila ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat akan terganggu. Adapun untuk parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF

(*Variance Inflation Factor*). Suatu regresi dikatakan akan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF nya menjauhi 1 dan kurang dari 10.

1) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dasar dari pengambilan hipotesa dalam uji linearitas adalah jika nilai probabilitasnya $< 0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y adalah linear. Sedangkan apabila nilai probabilitasnya $> 0,05$, maka hubungan antara X dan Y tidak linear

2) Analisis Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3, X4, X5) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X1, X2, X3, X4, X5) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 hingga 1. Apabila nilai semakin mendekati 1, berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya apabila nilai semakin mendekati 0, maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar atau kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2).

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

a. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus:

$H_0 : \rho_{YX} = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived risk* yang terdiri dari risiko keuangan, risiko kinerja, risiko fisik, risiko waktu, dan risiko sosial terhadap *customer satisfaction* partisipan *rafting* di Efdee Adventure

H_1 : $PYX \neq 0$ artinya terdapat terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived risk* yang terdiri risiko keuangan, risiko kinerja, risiko fisik, risiko waktu, dan risiko sosial terhadap *customer satisfaction* partisipan *rafting* di Efdee Adventure

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

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

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:595)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria *customer satisfaction* untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

b. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

1. H_0 : $PYX_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan risiko keuangan terhadap *customer satisfaction*.

H_1 : $PYX_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko keuangan terhadap *customer satisfaction*.

2. H_0 : $PYX_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko kinerja terhadap *customer satisfaction*.

H_1 : $PYX_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko kinerja terhadap *customer satisfaction*.

3. H_0 : $PYX_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko fisik terhadap *customer satisfaction*.

H_1 : $PYX_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko fisik terhadap *customer satisfaction*.

4. H_0 : $PYX_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko waktu terhadap *customer satisfaction*.

$H_1 : PYX_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko waktu *terhadap customer satisfaction*.

5. $H_0 : PYX_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko sosial *terhadap customer satisfaction*.

$H_1 : PYX_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko sosial *terhadap customer satisfaction*.

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

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

Sumber: Naresh K. Malhotra dan David F. Birks (2013:578)

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