

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *e-servicescape* terhadap *behavioral intention* di Novotel Bandung. Variabel penelitian adalah segala Sesutu yang dapat membuat nilai menjadi berbeda dan bermacam-macam meskipun diterapkan pada kondisi yang pernah ada dalam hal ini penelitian terdahulu baik menyangkut orang maupun objek lainnya (Bougie & Sekaran,2016) Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu bebas/*independent variable* (X) yaitu *e-servicescape* yang terdiri dari tiga sub variabel yaitu *aesthetic appeal* (X1) *layout & functionality* (X2) dan *financial security* (X3). Sedangkan variabel terikat/*dependent* (Y) adalah *behavioral intention*. (Bougie & Sekaran,2016) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang timbul karena adanya variabel lain yang mempengaruhi, sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif ataupun negatif.

Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu yang reservasi dan menginap melalui *website* Novotel Bandung. Rancangan metode penelitian meliputi pengumpulan data sampel yang telah ditentukan dari populasi dilaksanakan hanya satu kali dan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan adalah metode *cross sectional*. Menurut Ulber (2009:37) dalam jurnal (Alkilani, Ling, & Abzakh, 2017) penelitian *cross sectional*, yaitu penelitian yang hanya dilakukan pada satu waktu tertentu. *Cross sectional study* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari, minggu, atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Uma Sekaran, 2016:106). sebuah penelitian yang hanya dilakukan Dalam menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji seberapa besar pengaruh *e-servicescape* terhadap *behavioral intention* di *website* Novotel Bandung.

#### 3.2 Metode Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada

dan sedang berlangsung, dengan cara mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada.

Uma Sekaran (2016:43), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang dimiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Sedangkan penelitian verifikatif (Malhotra & Birks, 2007) penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas adalah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause-and effect*), yaitu hubungan antara variabel independen yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi). (Cooper & Schindler, 2013) menjelaskan bahwa secara sederhana penelitian kausalitas adalah penelitian yang menyatakan bahwa variabel A menghasilkan variabel B atau variabel A mendorong munculnya variabel B, Penelitian ini menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *e-servicescape* terhadap *behavioral intention* di *website* Novotel Bandung.

Berdasarkan jenis penelitiannya. Maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *explanatory survey*. Menurut (Bougie & Sekaran,2016) yang dimaksud dengan metode *explanatory survey* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau kelompok focus dapat memberikan wawasan berharga. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung, di tempat kejadian secara empiric dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Operasional Variabel

Menurut Uma Sekaran (2016:195) operasional variabel adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengurangi gagasan abstrak atau konsep untuk menjadikan karakteristik penelitian lebih memungkinkan untuk observasi. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama. Variabel independen yang diteliti adalah *E-servicescape* (X), yaitu *aesthetic appeal* (X,1), *layout and functionality* (X,2), *financial security* (X,3) sedangkan variabel (Y) yaitu *behavioral intention* terdiri dari *comeback to this website in the future*, *WOM recommendation*, *possible for me to reserve to this website in the future*.

Operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No items
<i>E-servicescape</i> (X)	<i>E-servicescape</i> merupakan suatu atmosfer lingkungan suatu ruang virtual online yang dirasakan oleh pengunjung situs pada saat mereka menjelajahi atau menerima layanan perusahaan melalui <i>website</i> yang dikunjungi (Harris & Goode, 2010).	<i>Originality of desain</i>	Tingkat <i>website</i> menunjukkan ciri khas Novotel Bandung	<i>Ordinal</i>	1
		<i>Visual appeal</i>	Tingkat kemenarikan desain visual <i>website</i> Novotel Bandung	<i>Ordinal</i>	2
<i>Aesthetic appeal</i> (X,1)	Rasa estetika dan keindahan <i>website</i> yang menarik untuk dilihat (Harris & Goode, 2010)	<i>Entertainment value</i>	Tingkat fitur konten <i>website</i> yang menghibur pengguna	<i>Ordinal</i>	3
		<i>Usability</i>	Tingkat kemudahan navigasi <i>website</i> Novotel Bandung	<i>Ordinal</i>	4
<i>Layout and functionality</i> (X,2)	Online layout merujuk pada pengaturan dan perorganisasian serta struktur dari sebuah <i>website</i> , fungsionalitas merujuk pada usaha <i>website</i> dalam memfasilitasi tujuan <i>service website</i> (Harris & Goode, 2010)		Tingkat kenyamanan link yang berhubungan laman web dengan bagian laman lain	<i>Ordinal</i>	5
			Tingkat kemudahan dalam <i>website</i>	<i>Ordinal</i>	6
		<i>Relevance of information</i>	Tingkat kemudahan akses visual informasi	<i>Ordinal</i>	7
			Tingkat kemudahan akses detail informasi mengenai produk	<i>Ordinal</i>	8

			Tingkat kejelasan informasi produk dalam <i>website</i>	<i>Ordinal</i>	9
<b>Financial Security (X,3)</b>	Keamanan dalam berinteraksi secara online merujuk pada sejauh mana tamu merasa proses pembayaran secara online dan kebijakan umum mengenai system transaksi aman (Harris & Goode, 2010)	<i>Perceived security</i>	Tingkat keamanan pembayaran dalam bertransaksi pada <i>website</i> Novotel Bandung	<i>Ordinal</i>	10
			<i>Ease of payment</i>	Tingkat kemudahan prosedur pembayaran	<i>Ordinal</i>
<b>Behavioural intention (Y)</b>	<i>Behavioral intention</i> adalah kondisi pelanggan memiliki intensi atau sikap loyal pada brand, product dan company dan secara rela menceritakan keunggulannya kepada pihak lain (Yu et al., 2014)				
<i>Come back to this website in the future</i>					12
<i>WOM Recommendation</i>					13
<i>Possible to reserve hotels on this website</i>					14

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Menurut Uma Sekaran (2016:37) berdasarkan urutan sigbifikasinya, jenis data terbagi dalam dua jenis yaitu data primer dan sekunder.

#### 1. Data primer

Memberikan definisi bahwa sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari tangan pertama yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan penelitian yang spesifik.

#### 2. Data sekunder

Merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelum penelitian dilakukan, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literature, dan karya-karya ilmiah mengenai *e-servicescape* terhadap *behavioral intention*. Untuk lebih jelasnya Tabel 3.2 menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antarlain:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis Data	Sumber
<b>Data Primer</b>	
Tanggapan Tamu individu Mengenai <i>E-servicescape website</i> Novotel Bandung	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu yang reservasi dan menginap melalui <i>website</i> Novotel Bandung
Tanggapan Tamu individu Mengenai <i>behavioral intention</i> di <i>website</i> Novotel Bandung	Penyebaran Kuesioner pada Tamu individu yang reservasi dan menginap melalui <i>website</i> Novotel Bandung
<b>Data Sekunder</b>	
Data 10 Negara Teratas Dengan Pengguna Internet Terbanyak Seluruh Dunia Tahun 2013 -2018 Dalam Jutaan	e-Marketer, 2018
Data <i>Occupancy</i> Novotel Bandung tahun 2015-2018	<i>Sales and Marketing Department</i> Novotel Bandung 2018
Data Kunjungan dan Reservasi melalui <i>Website</i> Novotel Bandung tahun 2015-2018	<i>Reservation</i> Novotel Bandung 2018
Kepustakaan mengenai <i>e-servicescape</i> dan <i>behavioral intention</i>	E-book dan Jurnal

Sumber: 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 tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis.

Menurut Uma Sekaran (2016:236), Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Sedangkan Menurut (Malhotra, 2018:405) populasi adalah agregat dari semua elemen yang terbagi kedalam beberapa karakteristik umum yang terbentuk untuk tujuan masalah penelitian. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang menjadi sasaran populasi penelitian ini adalah tamu yang reservasi dan menginap melalui website Novotel Bandung sebanyak 2.399 tamu.

### 3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Uma Sekaran (2016:237) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel merupakan sub kelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Berdasarkan kutipan diatas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. (Tabachnick dan Fidel, 2013:123) mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

*Keterangan: m = jumlah variabel*

*N = jumlah sampel*

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

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 4$$

$$N \geq 108$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus tersebut, sampel minimal yang diperoleh yaitu sebesar 108 responden. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 110 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan *sampling* untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut (Bougie & Sekaran, 2016) *sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan sampel *non-probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif. Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling*.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik ini digunakan karena teknik pengambilan sampel dengan mendasarkan karakteristik tertentu yaitu karakteristik yang memiliki sangkut paut dengan ciri dan sifat populasi. Adapun langkah-langkah dalam teknik pengambilan sampel ini dilakukan sebagai berikut: Teknik pengambilan sampelnya dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran yaitu tamu individu yang melakukan reservasi dan menginap melalui *website* Novotel Bandung.
2. Menentukan tempat sebagai *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam penelitian ini yang menjadi tempat checkpoint adalah sekitaran *Lobby* dan *Front Office* Novotel Bandung.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*.

Waktu yang digunakan untuk menentukan *sampling* pada penelitian ini adalah setiap hari senin-jumat pukul 14.00-17.00 WIB hari kecuali Sabtu dan Minggu. Penyebaran kuisioner dilakukan selama 22 hari. Menentukan ukuran sampel ( $n$ )

partisipan yang akan disurvei berdasarkan jumlah sampel maka satu hari (selama 22 hari) kuisisioner yang diberikan sebanyak  $110:22 = 5$  responden pada hari pertama hingga hari terakhir.

### 1.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Bougie & Sekaran,2016) Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan di harapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

#### 1 Wawancara

Wawancara adalah teknik dalam mengumpulkan data melalui studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal lebih mendalam dari responden dengan jumlah responden yang kecil atau sedikit. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu penulis tidak menggunakan pedoman wawancara. Marasumber dalam penelitian ini adalah *Revenue Manager & Sales Support Manager* Novotel Bandung

#### 2 Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan peninjauan serta pengamatan secara langsung terhadap gejala yang tampak pada objek yang diteliti yakni Novotel Bandung khususnya mengenai *e-servicescape* terhadap *behavioral intention*, sehingga dapat memperoleh informasi lain yang belum di dapat sebelumnya.

#### 3 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik yang efisiensi dalam mengumpulkan data bila peneliti mengetahui siapa variabel yang akan diukur dan yang diharapkan dari responden. Pertanyaan dalam kuisisioner dapat bersifat terbuka atau tertutup dan pembagiannya kepada responden dapat secara langsung atau menggunakan internet atau pos. Untuk penelitian ini penulis membagikan kuisisioner secara langsung.

#### 4 Studi Literatur

Studi literature berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari *e-servicescape* dan *behavioral intention*. Teknik ini dilakukan untuk



melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam table penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data dan menyajikan dalam Tabel 3.3 Berikut:

**TABEL 3.3**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Manajemen Novotel Bandung
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>e-servicescape</i> di <i>website</i> Novotel Bandung
3	Kuisisioner	Tamu individu yang reservasi dan menginap melalui <i>website</i> Novotel Bandung
4	Studi Literatur	Teori <i>e-servicescape</i> dan <i>behavioral intention</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh variabel *e-servicescape* (X) terhadap variabel *behavioral intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Data merupakan hal penting dalam suatu penelitian, karena data dapat menggambarkan keadaan serta variabel yang dapat membentuk hipotesis. Benar tidak nya data dapat dipengaruhi oleh baik tidaknya instrumen pengumpulan data yang akan berdampak pada hasil penelitian.

Menurut (Bougie & Sekaran,2016) validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda anantara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrument digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* (dikemukakan oleh Pearson).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi *product moment*
- $n$  : Jumlah sampel
- $x$  : Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- $y$  : Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum x^2$  : kuadrat dalam faktor variabel X
- $\sum y^2$  : kuadrat dalam faktor variabel Y
- $\sum xy$  : Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Dimana:  $r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan, Nilai r dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $dk = n - 2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$

Selain menggunakan rumus korelasi *product moment*, dapat juga menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

Hasil pengujian validitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software computer program SPSS (*Statistical product for Service Solution*) 20 for windows

Hasil perhitungan dengan menggunakan program IBM SPSS (*Statistical product for Service Solution*) 20 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan dalam kuisisioner penelitian ini valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang bias dilihat dalam Tabel 3.4 berikut ini:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS**

No.	Pertanyaan	Nilai signifikansi	Taraf signifikansi	Keterangan Valid
<i>E-servicescape (X)</i>				
<i>Aesthetic Appeal (X1)</i>				
1.	Tingkat <i>website</i> menunjukkan ciri khas Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
2.	Tingkat kemenarikan desain visual <i>website</i> Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid

3.	Tingkat fitur konten <i>website</i> yang menghibur pengguna	0,000	0,05	Valid
<b><i>Layout and Functionality (X2)</i></b>				
4.	Tingkat kemudahan navigasi website Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
5.	Tingkat kenyamanan <i>link</i> yang berhubungan laman <i>web</i> dengan laman lainnya	0,000	0,05	Valid
6.	Tingkat Kemudahan <i>website</i> Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
7.	Tingkat kemudahan visual informasi <i>website</i> Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
8.	Tingkat kemudahan akses detail informasi mengenai produk Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
9.	Tingkat Kejelasan informasi produk dalam <i>website</i> Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
<b><i>Financial Security (X3)</i></b>				
10.	Tingkat Keamanan pembayaran pada website Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
11.	Tingkat kemudahan prosedur pembayaran	0,000	0,05	Valid
<b><i>Behavioral Intention (Y)</i></b>				
12.	Tingkat keinginan tamu mengunjungi kembali <i>website</i> Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
13.	Tingkat Kesedian tamu memberikan rekomendasi <i>website</i> Novotel Bandung	0,000	0,05	Valid
14.	Tingkat keinginan reservasi melalui <i>website</i> Novotel Bandung di masa yang akan datang	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2019

Berdasarkan Tabel Hasil Pengujian Validitas pada instrument *e-servicescape* dan *behavioral intention* yang diuji kepada 30 responden, didapatkan hasil bahwa semua item dikatakan valid. Hal tersebut dikarenakan semua nilai signifikansi yang didapat lebih kecil dari taraf signifikansi, yaitu 0,05.

### 3.2.6.2 Pengujian Realibitas

Penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Naresh K. Malhotra (2018:315) mendefinisikan reliabilitas sebagai “ *The extent to*

which a scale produces consistet results of repeated measurement are made on the characteristic” penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa sejauh mana suatu skala menghasilkan angka yang konsisten dari pengakuan berulang. Reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

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

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

Sumber: Arikunto (2014:196)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrument

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_b^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

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

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \left[ \frac{\sum x}{n} \right]^2}{n}$$

Sumber: Arikunto (2014:196)

Keterangan:

$\sigma$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

$n$  = jumlah responden (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Koefisien *Alpha Cronbach* ( $C\alpha$ ) 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.

2. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas tidak memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,70.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics* 20 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item  $C\alpha$  hitung  $\geq C\alpha$  minimal dengan tingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena  $C\alpha$  hitung  $\geq 0,700$ . Berikut Tabel 3.5 hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

No	Variabel	$C\alpha$ Hitung	$C\alpha$	Keterangan
1.	<i>E-servicescape</i>	0,834	0,700	Reliabel
2.	<i>Behavioral Intention</i>	0,938	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.5 diketahui bahwa hasil pengujian reliabilitas (*cronbach's alpha*) untuk *e-servicescape* adalah sebesar 0,834 sedangkan *behavioral intention* adalah sebesar 0,938 sehingga kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai (*cronbach's alpha*) yang lebih besar dari nilai koefisien (*cronbach's alpha*) yaitu sebesar 0,700.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data. Menurut (Sujarweni, 2014) analisis data merupakan upaya pengolahan data yang sudah tersedia dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif yang biasa digunakan untuk data kualitatif dan pengujian hipoteses yang telah dirumuskan dengan menggunakan perhitungan uji statistik. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisioner. Kuisioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian Variabel tersebut yaitu mengenai *e-servicescape* dan *behavioral intention*.

#### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel untuk memberikan informasi mengenai data yang diamati agar bermakna dan komunikatif. Uma Sekaran (2016) menjelaskan tentang tujuan dalam analisis deskriptif yaitu melakukan eksplorasi mengenai karakteristik data dan meringkas serta mendeskripsikan data. Dalam penelitian ini,

analisis deskriptif digunakan untuk untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti yaitu:

1. Analisis deskriptif mengenai *e-servicescape* di *website* Novotel Bandung yang terdiri dari *aesthetic appeal*, *layout and functionality* dan *financial security*
  2. Analisis deskriptif mengenai *behavioral intention* di *website* Novotel Bandung
- Perhitungan skor ideal yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel X yang diteliti. Berikut rumus untuk menghitung skor variabel:

1. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
2. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
3. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
4. Jarak interval = jenjang: banyaknya kelas interval

### 3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Selain analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan juga analisis verifikatif. Analisis verifikatif dilakukan pada tahap pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistic dan menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan dalam penelitian kuantitatif analisis dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam penelitian 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 menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- 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, selanjutnya 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 sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Data penelitian yang telah bereskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

## 2. Menyusun data

Kegiatan ini untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

## 3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

## 4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan suatu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel terikat yang diprediksikan (*behavioral intention*)

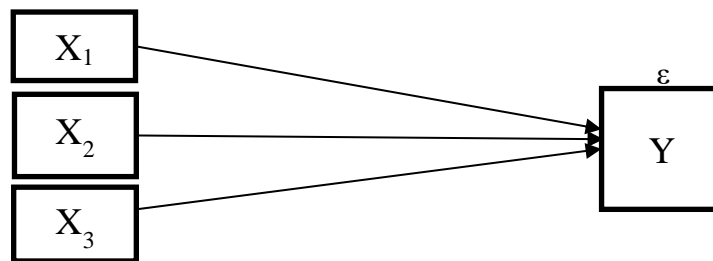
a = konstanta

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 variable bebas yang memiliki nilai tertentu *aesthetic appeal* ( $X_1$ ), *layout and functionality* ( $X_2$ ) dan *financial security* ( $X_3$ ).

Analisis regresi linear berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan:

$X_1$  = *Aesthetic appeal*

$X_2$  = *layout and functionality*

$X_3$  = *financial security*

$Y$  = *behavioral intention*

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan melalui prosedur kerja sebagai berikut:

#### 1. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah uji normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual terdistribusi dengan normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada normal probability plot yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika



nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$ . Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$ . Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov).

## 2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

## 3. Uji Asumsi 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. Uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linear, kuadratik atau dalam derajat lebih tinggi.

## 4. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya). Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji Durbin-Watson (DW). Hasil perhitungan Durbin-Watson (DW) dibandingkan dengan nilai - nilai di tabel pada  $\alpha = 0,05$

## 5. Analisis Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (variance inflation factor). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

## 6. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun tabel yang digunakan sebagai pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut.

**TABEL 3.6**  
**INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interprestasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2017:184)

## 7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain atau seberapa besar kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase.

Adapun rumus koefisien determinasi menurut Arikunto (2014:185) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinasi

$r$  = Nilai koefisien korelasi

Langkah terakhir dalam 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  $H_0$  atau  $H_a$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

A. Secara Simultan Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus Tabachnick dan Fidell (2014:186)

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

Keterangan:

$R$  = Nilai korelasi

$k$  = Jumlah variable independen

$n$  = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel, maka  $H_0$  ditolak yang artinya X memiliki pengaruh terhadap Y, artinya terdapat pengaruh *e-servicescape* terhadap *behavioral intention*
- b. Jika  $f$  hitung  $<$   $f$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang artinya X tidak memiliki pengaruh terhadap Y, artinya tidak terdapat pengaruh antara *e-servicescape* terhadap *behavioral intention*

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus Ghozali (2013:98) sebagai berikut

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

Keterangan:

$r$  = Nilai korelasi

$n$  = Jumlah responden

$r^2$  = Besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat ditulis sebagai berikut:

- a.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic appeal* terhadap *behavioral intention*  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$  , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic appeal* terhadap *behavioral intention*
- b.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *layout and functionality* terhadap *behavioral intention*  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$  , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *layout and functionality* terhadap *behavioral intention*
- c.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *financial security* terhadap *behavioral intention*  
 $t_{hitung} > t_{tabel}$  , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *financial security* terhadap *behavioral intention*