

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah mahasiswa S1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna dari Traveloka.

2. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah platform Traveloka milik PT. Traveloka.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian (Sugiyono, 2009). Analisis data kuantitatif bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji semua hipotesis yang ditetapkan.

C. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa S1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna dari Traveloka. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang

sama untuk dipilih menjadi anggota sampel penelitian (Sugiyono, 2009)...

(dilanjutkan ke halaman 22).

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Sumber	Definisi	Indikator	Item
Kualitas Layanan Elektronik (Parasuraman et. al, 2005)	Sejauh mana sebuah website memfasilitasi keefisienan dan keefektivitasan terhadap berbelanja, pembayaran dan pengantaran. (Parasuraman et. al, 2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi (<i>efficiency</i>) 2. Ketersediaan system (<i>system availability</i>) 3. Pemenuhan (<i>fulfillment</i>) 4. Privasi (<i>privacy</i>) (Parasuraman et. al, 2005) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi: Pertanyaan 1,2,3 2. Ketersediaan system: Pertanyaan 4,5,6 3. Pemenuhan: Pertanyaan 7,8 4. Privasi: Pertanyaan 9, 10, 11
Kepercayaan Elektronik (Gefen & Straub, 2004)	Tingkat kepercayaan pelanggan pada transaksi <i>online</i> . (Reichheld & Schefer, 2000)	<p>Keyakinan pengguna terhadap:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi (<i>competency</i>) 2. Kebaikan hati (<i>benevolence</i>) 3. Integritas (<i>integrity</i>) 4. Dapat diprediksi (<i>predictability</i>) (Gefen & Straub, 2004) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi: Pertanyaan 1,2 2. Kebaikan Hati: Pertanyaan 3,4 3. Integritas: Pertanyaan 5,6 4. Dapat diprediksi: Pertanyaan 7,8
Kepuasan Pelanggan (Kotler & Keller, 2009)	Hasil dari perbandingan antara apa yang pelanggan pikirkan mengenai servis yang diharapkan dengan persepsi mereka tentang kinerja sesungguhnya yang diberikan oleh penyedia jasa. (Parasuraman, 1985 dalam Ghane et. al, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi 2. Pembelian ulang 3. Kurang memperhatikan iklan dan tawaran layanan dari pesaing 4. Rasa bangga menggunakan layanan (Kotler & Keller, 2009) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi: Pertanyaan 1 2. Pembelian ulang: Pertanyaan 2 3. Kurang memperhatikan iklan dan tawaran layanan dari pesaing: Pertanyaan 3 4. Rasa bangga menggunakan layanan: Pertanyaan 4

(lanjutan halaman 20) Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang harus betul-betul representatif atau mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang masih aktif yang pernah bertransaksi di Traveloka minimal dua kali.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dari penelitian ini, beserta indicator dan item-item pertanyaan kuesioner, yang dimuat dalam Tabel 3.1 pada halaman 21. Sedangkan kuesioner dapat dilihat pada bagian lampiran halaman 59-63.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, kriteria yang menjadi pertimbangan sampelnya adalah:

1. Mahasiswa S1 aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Pernah melakukan transaksi atau pembelian layanan apapun di Traveloka minimal dua kali.

Merujuk pada pendapat Santoso dalam Kiswara (2017), jika besar sampel terlalu besar maka akan menyulitkan peneliti untuk mendapatkan model yang cocok. Ukuran sampel yang disarankan untuk yaitu antara 100-200 responden (Imam Ghozali, 2011). Jumlah sampel yang

representatif adalah sebanyak 5 hingga 20 kali jumlah butir kuesioner atau 5 sampai 10 kali banyak parameter (Hair et. al, 2006).

Dengan kata lain, responden dalam penelitian ini minimal sebanyak 23 butir kuesioner $\times 5 = 115$ orang responden. Untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang rusak maupun *outlier*, penelitian ini akan mengambil kurang lebih sebanyak 150 responden dengan menggunakan skala likert lima skala (Sangat Setuju sampai Sangat Tidak Setuju).

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur. Uji validitas ini menggunakan koefisien korelasi *product moment pearson* Rahmawati, et al., (2014).

Rahmawati, et al., (2014) mengemukakan kriteria uji validitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika P value lebih kecil atau sama dengan alpha 0,05 maka item dinyatakan valid.
- 2) Jika dalam tabel output korelasi terdapat tanda bintang satu (*) maka item valid pada alpha (α) 5%. Jika terdapat tanda bintang dua (**) maka item valid pada alpha (α) 1%.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Realibilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) Sugiyono, (2014). Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sugiyono (2014) menggunakan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* \geq taraf signifikansi (α) 0,6 maka dapat dikatakan item variabel kuesioner tersebut reliable.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ taraf signifikansi (α) 0,6 maka dapat dikatakan item variabel kuesioner tersebut tidak reliable.

G. Teknik Analisis Data

Pengujian analisa data hipotesis pertama sampai dengan hipotesis ketiga pada penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) yang merupakan gabungan dari dua metode statistic yang terpisah yaitu analisis faktor serta model persamaan simultan (Ghazali, 2011) dengan menggunakan program AMOS 22. Alasan penggunaan SEM adalah karena model ini memiliki keunggulan dibandingkan metode *statistic multivariate* yang lain karena laten variabel dimasukkan kesalahan pengukuran dalam model.

Menganalisis model penelitian dengan SEM dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi sebuah konstruk dan pada saat yang sama dapat mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang telah teridentifikasi dimensinya. Pengujian *Structural Equation Modelling*

(SEM) dilakukan dengan dua macam pengujian, yaitu kesesuaian model (*Goodness of Fit Test*) serta uji signifikansi bobot faktor/uji kausalitas melalui tes regresi (Ferdinand dalam Atmaja, 2016). Menurut Hair et al. (1998) terdapat tujuh langkah yang harus dilakukan dalam pemodelan SEM, yaitu:

Langkah-langkah *Structural Equation Modelling* (SEM).

Langkah 1. Pengembangan Model Berbasis Teori Langkah. Langkah ini merupakan proses pembuatan suatu model yang akan diteliti dan memiliki landasan teori yang kuat. Tanpa teori, suatu model tidak berarti bila dianalisis dengan SEM.

Langkah 2. Pembuatan Diagram Alur (*Path Diagram*). Langkah ini merupakan proses penentuan dan penggambaran alur-alur kausalitas dari suatu variabel terhadap variabel lainnya (variabel eksogen terhadap variabel endogen maupun antar variabel endogen), setelah suatu model ditetapkan. Kausalitas antar variabel yang dihubungkan ditunjukkan oleh garis anak panah satu arah (biasanya lurus). Korelasi antar variabel yang dihubungkan ditunjukkan oleh garis anak panah dua arah (biasanya lengkung).

Langkah 3. Mengkonversi Diagram Alur ke dalam Serangkaian Persamaan Struktural. Langkah ini adalah mengkonversi spesifikasi model yang telah di buat pada langkah sebelumnya ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang akan dibangun antara lain:

Persamaan-persamaan struktural (*structural equations*). Untuk menentukan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Persamaan struktural dibangun pada dasarnya dengan cara: (Variabel Endogen = Variabel Eksogen + Variabel Endogen + Error)

Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*) Untuk menentukan spesifikasi variabel mana mengukur konstruk mana dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel.

Langkah 4. Pemilihan Matrik Input dan Teknik Estimasi atas Model yang Dibangun. Langkah input data matriks korelasi dapat digunakan bilamana tujuan analisis adalah mendapatkan penjelasan mengenai pola hubungan kausal antar variabel.

Langkah 5. Menilai Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi. Dalam langkah ini problem identifikasi adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model penelitian yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Problem identifikasi dapat muncul gejala-gejala yang sering kali dihadapi.

Langkah 6. Kriteria *Goodness of Fit*. Dalam langkah ini kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Hal pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi dalam SEM antara lain adalah

ukuran sampel, normalitas dan linearitas, outliers (nilai-nilai ekstrim) dan *multicollinearity*.

Langkah 7. Interpretasi dan Modifikasi Model. Langkah terakhir ini untuk menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Jika model diterima, maka dilakukan interpretasi pola kausalitas yang dihasilkan (diestimasi), apakah secara statistik signifikan dan mengikuti teori yang mendasari. Selanjutnya dilakukan modifikasi model untuk menghasilkan model alternatif (*competing models*) yang akan dibandingkan dengan model aslinya. Model yang lebih baik dipilih setelah mendapatkan justifikasi teoritis.