

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer berupa menyebarkan kuesioner kepada responden yang dilakukan di seluruh wilayah Indonesia yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat melalui sistem *online* baik melalui agen travel *online* maupun melalui situs web resmi pihak maskapai. Objek penelitian ini adalah pembelian tiket pesawat secara *online*.

Populasi adalah kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut (Sekaran dan Bougie, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli tiket pesawat secara *online*. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli tiket pesawat melalui sistem *online*. Pengambilan data berlangsung selama bulan Oktober 2016.

1.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data

1.2.1. Sampel dan Metode Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi, dengan kata lain sejumlah tetapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran dan Bougie, 2013: 241). Jumlah sampel yang akan digunakan minimal sebanyak 250 responden. Setelah menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian, langkah selanjutnya adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Penelitian ini

menggunakan metode pengambilan sampel *Non Probability Sampling* yaitu desain sampling dimana elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sekaran dan Bougie, 2013: 252). Sampel non probabilitas yang dipilih merupakan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sebuah desain *non probability sampling* dimana terbatas untuk orang-orang spesifik yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya mereka yang memiliki informasi atau mereka memenuhi kriteria yang ditetapkan peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 252). Terdapat kriteria atau karakteristik pemilihan sampel yang diperbolehkan untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden minimal berusia 20 tahun yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat penerbangan domestik secara *online*.
2. Pembelian tiket pesawat *online* dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

1.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari tangan pertama untuk dianalisis lebih lanjut dengan tujuan untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 397). Data primer diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada responden dan jawaban dari hasil kuesioner yang memenuhi persyaratan akan diajukan sebagai data input untuk dilakukan analisis data. Kuesioner yaitu suatu rangkaian pertanyaan dimana responden mencatat jawabannya yang sesuai dengan beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan (Sekaran dan Bougie, 2013: 397). Sumber data primer diperoleh dengan

membagikan kuesioner secara *online* melalui bantuan aplikasi *Google Docs* dan membagikan secara langsung kepada responden yang pernah membeli tiket pesawat secara *online*.

1.3. Metode Pengukuran Data

Kuesioner dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian I dan bagian II. Bagian I kuesioner berisi data informasi mengenai data demografi yang berkaitan dengan profil responden seperti usia saat ini, jenis kelamin, status pekerjaan, tingkat pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan, situs web yang sering digunakan untuk membeli tiket pesawat *online*, frekuensi membeli tiket pesawat secara *online*, dan maskapai domestik yang paling sering digunakan ketika membeli tiket pesawat secara *online*. Hasil jawaban pada bagian I dijabarkan untuk pemetaan responden secara deskriptif. Bagian II berisi pengukuran variabel penelitian yang digunakan meliputi kemudahan penggunaan sejumlah 4 pernyataan, desain situs web sejumlah 3 pernyataan, jaminan keamanan sejumlah 3 pernyataan, responsif sejumlah 3 pernyataan, personalisasi sejumlah 2 pernyataan, *e-satisfaction* terdiri atas 4 pernyataan, dan niat beli ulang sejumlah 3 pernyataan.

Metode pengukuran data pada bagian II kuesioner menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang dirancang untuk menentukan seberapa kuat responden setuju mengenai suatu pernyataan (Sekaran dan Bougie, 2013: 211). Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lima kategori derajat persetujuan dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5. Rincian skor atau nilai dalam setiap jenis pernyataan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Skor Skala *Likert* dalam Setiap Pernyataan

Jenis Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

1.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel independen merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2013: 70). Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang diramalkan dan atau dijelaskan oleh variabel lain (Zikmund *et al.*, 2010: 651). Menurut Sekaran dan Bougie (2013) variabel mediasi adalah variabel yang muncul di permukaan sebagai fungsi dari variabel bebas dan membantu dalam mengkonseptualisasikan dan menjelaskan pengaruh variabel bebas pada variabel terikat. Pada penelitian ini variabel independen adalah kemudahan penggunaan, desain situs web, jaminan keamanan, responsif, dan personalisasi. Variabel mediasi adalah *e-satisfaction* dan variabel dependennya adalah niat beli ulang.

3.4.2. Definisi Operasional

Berikut adalah tabel definisi operasional untuk penelitian ini :

Tabel 3.2
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Sumber Kuesioner
Kemudahan Penggunaan	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana orang merasa menggunakan sistem tertentu tidak membutuhkan usaha yang keras (Kucukusta <i>et al.</i> , 2015).	Pengukuran variabel kemudahan penggunaan diadopsi dari pernyataan yang dikembangkan oleh Lau <i>et al.</i> (2011).
Desain Situs Web	Menurut Wolfinbarger dan Gilly (2003) desain situs web adalah persepsi pelanggan mengenai tampilan situs web yang dirancang dengan baik.	Pengukuran variabel desain situs web diadopsi dari pernyataan yang dikembangkan oleh Lau <i>et al.</i> (2011).
Jaminan Keamanan	Menurut Ribbink <i>et al.</i> (2004) jaminan keamanan merupakan persepsi konsumen tentang keamanan dan privasi ketika menggunakan layanan <i>online</i> .	Pengukuran variabel jaminan keamanan dikembangkan oleh Lau <i>et al.</i> (2011).
Personalisasi	Menurut Wolfinbarger dan Gilly (2003) personalisasi diartikan sebagai persepsi konsumen yang didasarkan atas perhatian masing-masing pelanggan dan perbedaan pelayanan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu.	Pengukuran variabel personalisasi diadopsi dari pernyataan yang dikembangkan oleh Lau <i>et al.</i> (2011).
Responsif	Responsif berarti penanganan secara efektif dari permasalahan yang dihadapi konsumen saat mengakses situs web (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005)	Pengukuran variabel responsif diadopsi dari pernyataan yang dikembangkan oleh Lau <i>et al.</i> (2011).

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Sumber Kuesioner
<i>E-Satisfaction</i>	<i>E-satisfaction</i> didefinisikan sebagai perasaan senang yang dirasakan konsumen sehubungan dengan pengalaman pembelian sebelumnya pada perusahaan yang berbasis <i>online</i> (Anderson dan Srinivasan, 2003).	Pengukuran variabel kepuasan konsumen diadopsi dari pernyataan yang dikembangkan oleh Ribbink <i>et al.</i> (2004).
Niat Beli Ulang	Penilaian individu mengenai pembelian kembali suatu produk atau jasa dari perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan situasi dan keadaan yang memungkinkan (Hellier <i>et al.</i> , 2003).	Pengukuran variabel niat beli ulang diadopsi dari pernyataan yang dikembangkan oleh Lu <i>et al.</i> (2012)

3.5. Metode Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan guna mendapatkan skala yang sesuai dan menghindari kekeliruan dalam perhitungan sehingga memperoleh data yang valid dan reliabel. Teknik yang digunakan dalam pengujian instrumen mencakup uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat di mana sebuah pengujian mengukur apa yang benar-benar ingin diukur (Cooper dan Schindler, 2008). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Teknik pengukuran validitas pada penelitian ini dapat diketahui dari nilai *corrected item-total correlation* dari setiap butir pertanyaan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel dengan menggunakan taraf signifikan (α) = 5%

atau 0,05 maka butir pernyataan atau indikator variabel yang digunakan pada penelitian ini dianggap valid atau sah. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka butir pernyataan pada kuesioner dianggap tidak valid atau sah. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan penggunaan aplikasi *SPSS (Statistical Package for Social Science) for Windows* versi 15. Pengujian validitas terlebih dahulu dilakukan pada 30 orang responden. Nilai r -tabel pada derajat bebas $n - 2$ atau $30 - 2 = 28$ sebesar 0,361. Hasil uji validitas yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Validitas

Variabel	Butir	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	1	0,817	0,361	Valid
	2	0,924	0,361	Valid
	3	0,868	0,361	Valid
	4	0,834	0,361	Valid
Desain Situs web	1	0,690	0,361	Valid
	2	0,753	0,361	Valid
	3	0,809	0,361	Valid
Jaminan Keamanan	1	0,708	0,361	Valid
	2	0,831	0,361	Valid
	3	0,573	0,361	Valid
Responsif	1	0,773	0,361	Valid
	2	0,779	0,361	Valid
	3	0,518	0,361	Valid
Personalisasi	1	0,650	0,361	Valid
	2	0,650	0,361	Valid
<i>E-Satisfaction</i>	1	0,856	0,361	Valid
	2	0,829	0,361	Valid
	3	0,893	0,361	Valid
	4	0,910	0,361	Valid
Niat Beli Ulang	1	0,871	0,361	Valid
	2	0,940	0,361	Valid
	3	0,933	0,361	Valid

Sumber: Data Primer (2016)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa setiap butir variabel yang diteliti yakni kemudahan penggunaan, desain situs web, jaminan keamanan, responsif,

personalisasi, *e-satisfaction*, dan niat beli ulang sudah valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, data penelitian bersifat valid dan layak digunakan untuk pengujian reliabilitas.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2013) reliabilitas mencakup dua hal utama yaitu stabilitas ukuran dan konsistensi ukuran internal. Sebuah ukuran dinilai handal jika memberikan hasil yang konsisten (Cooper dan Schindler, 2008). Pengujian reliabilitas hanya dilakukan pada butir-butir pernyataan yang sudah melalui uji validitas. Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima yaitu menggunakan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$ maka kuesioner dikatakan reliabel (Sekaran dan Bougie, 2013: 293). Uji reliabilitas dilakukan melalui *software SPSS for Windows* versi 15.0. Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,941	Reliabel
Desain Situs web	0,869	Reliabel
Jaminan Keamanan	0,834	Reliabel
Responsif	0,825	Reliabel
Personalisasi	0,787	Reliabel
<i>E-Satisfaction</i>	0,946	Reliabel
Niat Beli Ulang	0,955	Reliabel

Sumber: Data Primer (2016)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua variabel dalam penelitian memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.

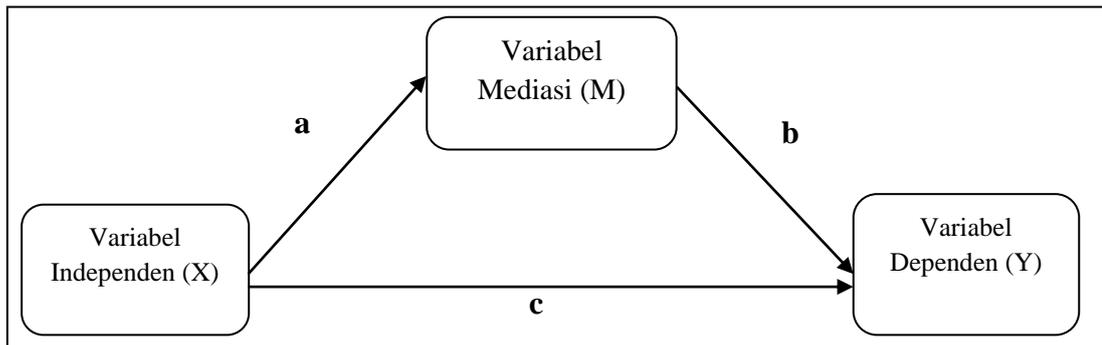
3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik responden terkait dengan profil responden meliputi usia saat ini, jenis kelamin, status pekerjaan, tingkat pendapatan atau uang saku rata-rata per bulan, situs web yang sering digunakan untuk membeli tiket pesawat *online*, frekuensi membeli tiket pesawat secara *online*, dan maskapai domestik yang paling sering digunakan ketika membeli tiket pesawat secara *online*. Profil responden nantinya akan diukur berdasarkan presentase jawaban responden.

3.6.2. Analisis Regresi Berjenjang

Analisis regresi berjenjang dilakukan dengan menggunakan model yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1986). Regresi berjenjang adalah memasukkan prediktor berdasarkan urutan yang ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini *e-satisfaction* memediasi antara kemudahan penggunaan, desain situs web, jaminan keamanan, responsif, dan personalisasi pada niat beli ulang. Berikut ini merupakan proses penentuan jenis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986):



Sumber: Baron dan Kenny (1986)

Gambar 3.1
Model Pengujian Mediasi

Untuk menguji mediasi, terdapat tiga persamaan regresi menurut Baron dan Kenny (1986) yang merupakan tahapan pengujian mediasi:

1. Meregres M dengan X sebagai prediktor
2. Meregres Y dengan X sebagai prediktor
3. Meregres Y dengan X dan M sebagai prediktor

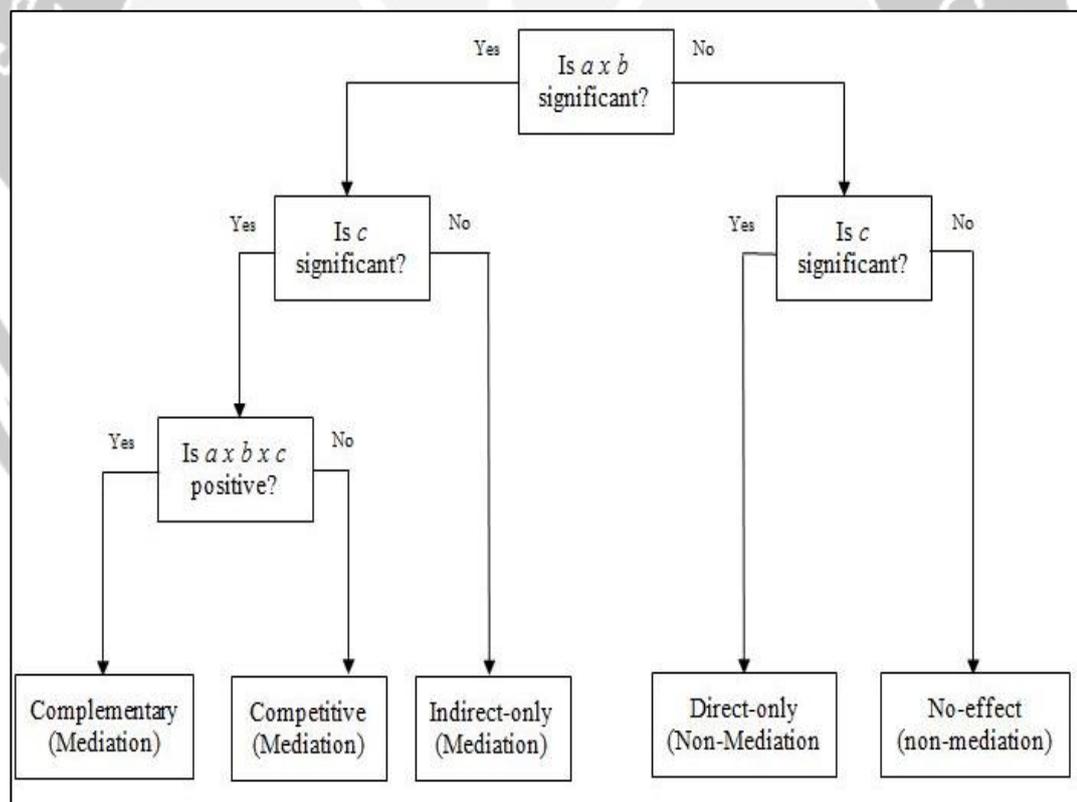
Berdasarkan ketiga tahapan regresi maka kriteria untuk menentukan ada tidaknya pengaruh variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986) yaitu :

1. Pada persamaan pertama, variabel independen harus berpengaruh secara signifikan pada variabel mediator.
2. Pada persamaan kedua, variabel independen harus berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen tanpa melalui variabel mediasi.
3. Pada persamaan ketiga, variabel mediator harus berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen.

Jika semua kondisi pada poin 1, 2, dan 3 telah terpenuhi, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen harus lebih kecil pengaruhnya pada

persamaan ketiga dibandingkan persamaan kedua. Jika variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen setelah mengontrol variabel pemediasi maka dapat dinyatakan sebagai *perfect* atau *complete mediation*. Sedangkan jika pengaruh variabel independen pada variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator berkurang namun masih tetap signifikan, maka dinyatakan sebagai *partial mediation*.

Zhao *et al.* (2010) mengembangkan jenis mediasi milik Baron dan Kenny (1986) dengan mengidentifikasi tiga pola konsisten dengan mediasi dan dua pola konsisten tanpa mediasi melalui bagan sebagai berikut:



Sumber: Zhao *et al.* (2010)

Gambar 3.2
Pola Konsistensi Mediasi dan Non Mediasi

- a. *Complementary mediation* : Jika $\beta(a)$ dikali $\beta(b)$ signifikan dan $\beta(c)$ signifikan serta $\beta(a) \times \beta(b) \times \beta(c)$ hasilnya positif.
- b. *Competitive mediation* : Jika $\beta(a)$ dikali $\beta(b)$ signifikan dan $\beta(c)$ signifikan serta $\beta(a) \times \beta(b) \times \beta(c)$ hasilnya negatif.
- c. *Indirect-only mediation*: Jika $\beta(a)$ dikali $\beta(b)$ signifikan dan $\beta(c)$ tidak signifikan.
- d. *Direct-only mediation* : Jika $\beta(a)$ dikali $\beta(b)$ tidak signifikan dan $\beta(c)$ signifikan.
- e. *No-effect nonmediation* : Jika $\beta(a)$ dikali $\beta(b)$ tidak signifikan dan $\beta(c)$ tidak signifikan.

3.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) diinterpretasikan sebagai proporsi total dari varians dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Cooper dan Schindler, 2008). Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Menurut Kuncoro (2013) nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Analisis regresi dengan R^2 memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, dengan demikian banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik (Kuncoro, 2013).

3.6.4. Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Uji t statistik merupakan uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat (Kuncoro, 2013: 244). $H_0: \mu_i = 0$, artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen. $H_a: \mu_i \neq 0$, artinya variabel independen secara individual berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan *p-value* t-hitung dengan tingkat signifikansi alpha yang ditentukan yaitu sebesar $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian dilakukan sebagai berikut: jika nilai *p-value* $> 0,05$ maka H_0 diterima namun jika *p-value* $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.6.5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2013: 245). $H_0: \mu_1 = \mu_2 = 0$, artinya variabel-variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen. $H_a: \mu_1 \neq \mu_2 \neq 0$, artinya variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan *p-value* F-hitung dengan tingkat signifikansi alpha yang ditentukan yaitu sebesar $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujiannya yaitu: H_0 diterima apabila *p-value* $> 0,05$ dan H_0 ditolak apabila *p-value* $\leq 0,05$.