

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di daerah sekitar Yogyakarta, yaitu di area persebaran masyarakat konsumen yang pernah membeli jasa layanan travel agen Traveloka.

Penelitian ini bersifat asosiatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk menguji hubungan atau pengaruh suatu variabel independen/bebas terhadap variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2012).

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti terdiri dari empat, yaitu *Service Quality of e-ticketing technique (customer technical support, infrastructure, data security, user-friendliness)*, kepuasan konsumen, *Repurchases Intention*, *Word of Mouth*. Berikut ini adalah definisi operasional masing-masing variabel penelitian:

1. *Service Quality of e-ticketing technique* didefinisikan sebagai teknik atau kegiatan yang berhubungan dengan cara penjualan tiket perjalanan dengan menggunakan media *internet* (Qteishat *et al* 2014). *Service Quality of e-ticketing technique* diukur dengan menggunakan dimensi *customer technical support, infrastructure, data security, user-friendliness*.
2. Kepuasan konsumen didefinisikan Qteishat *et al* (2014) sebagai evaluasi dari kinerja produk atau jasa layanan yang diterima.

3. *Repurchases Intention* didefinisikan Hawkins *et al* (2012) yang dikutip dalam Haryono dkk (2015) sebagai suatu kegiatan membeli kembali yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk dengan merek yang sama didasarkan karena mereka mempunyai kepuasan tersendiri terhadap produk tersebut.
4. *Word of Mouth* didefinisikan Itsarinter (2010) yang dikutip dalam Haryono dkk (2015) sebagai komunikasi informal antara pelanggan (dua atau lebih pelanggan) tentang produk tertentu.

C. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Arikunto, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Yogyakarta yang pernah membeli jasa layanan Traveloka. Jumlah konsumen traveloka yang banyak menyebabkan penulis tidak mampu melakukan penelitian pada seluruh konsumen traveloka. Oleh sebab itu, penulis hanya menggunakan sebagian konsumen sebagai sampel penelitian.

Teknik sampling penelitian ini bersifat *non probability sampling* atau *convenience sampling*. Pada jenis *sampling* ini, anggota sampel ditentukan secara acak tanpa diperkirakan jumlahnya terlebih dahulu (Sugiyono, 2012). Ciri sampel penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan melakukan pembelian ulang jasa layanan Traveloka dalam 6 bulan terakhir.

Jumlah sampel yang representatif sebanyak minimal 12 kali jumlah butir kuesioner (Ferdinand, 2015). Dalam penelitian ini jumlah butir kuesioner

penelitian sebanyak 16 butir. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 192 responden, lebih banyak dari batas minimal sampel yang representatif. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Singarimbun, 2011).

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat konsumen yang menggunakan jasa layanan Traveloka. Kuesioner penelitian diadaptasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qteishat *et al* (2014) dan Haryono dkk, (2015).

Data penelitian dikumpulkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli dan melakukan pembelian ulang jasa layanan travel agen *online* Traveloka dalam 6 bulan terakhir. Kuesioner penelitian diadaptasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qteishat *et al* (2014) dan Haryono dkk (2015). Kuesioner penelitian dibagi ke dalam dua bagian.

Bagian pertama adalah kuesioner mengenai data diri konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, frekuensi menggunakan jasa layanan Traveloka.

Bagian kedua adalah kuesioner penelitian yang terdiri dari:

1. Kualitas layanan (*Service Quality*) dalam pembelian jasa layanan Traveloka yang terdiri dari 5 butir pertanyaan sebagai berikut:
 - a. Teknis pendukung konsumen (*Costumer Tecnical Support*) jasa layanan Traveloka yang baik
 - b. Infrastruktur dalam pembelian jasa layanan Traveloka yang baik.
 - c. Terjaminnya keamanan data (*Data Security*) dalam pembelian jasa layanan Traveloka.
 - d. Keramahan untuk Pengguna (*User-Friendliness*) dalam pembelian jasa layanan Traveloka yang baik.
2. Kepuasan konsumen yang terdiri dari 6 butir pertanyaan sebagai berikut:
 - a. Secara keseluruhan saya puas dengan situs Traveloka.
 - b. Situs Traveloka efektif dalam memberikan support bagi saya untuk membeli tiket perjalanan di Traveloka.
 - c. Saya puas dengan kualitas teknis situs Traveloka.
 - d. Saya puas dengan informasi yang diberikan situs Traveloka.
 - e. Saya puas dengan kualitas layanan situs Traveloka.
 - f. Saya puas dengan cara atau aturan situs Traveloka dalam pembelian tiket perjalanan.
3. *Words of Mouth* yang terdiri dari 3 butir pertanyaan sebagai berikut:
 - a. Saya bercerita hal-hal positif (baik) tentang Traveloka kepada orang lain.

- b. Saya merekomendasikan Traveloka kepada orang lain yang meminta pendapat saya tentang travel agen *online*.
 - c. Saya bersedia mengajak orang lain yang membutuhkan jasa layanan travel agen *online* ke Traveloka.
4. Minat pembelian ulang yang terdiri dari 3 butir pertanyaan sebagai berikut:
- a. Saya akan melakukan pembelian ulang tiket perjalanan di Traveloka pada masa yang akan datang.
 - b. Saya merekomendasikan orang lain untuk membeli tiket perjalanan di Traveloka.
 - c. Traveloka perusahaan penyedia jasa layanan pilihan utama saya pada pembelian berikutnya.

E. Metode Pengukuran Data

Pengolahan data dari kuesioner, yaitu dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan akan menggunakan skala Likert. dengan skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator atau variabel. Kategori penilaian dan bobot dari kemungkinan jawaban responden adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

Sangat tidak setuju	diberi bobot	1
Tidak setuju	diberi bobot	2
Netral	diberi bobot	3
Setuju	diberi bobot	4
Sangat setuju	diberi bobot	5

F. Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak digunakan. Terdapat dua konsep untuk menguji kualitas data instrumen penelitian, yaitu validitas dan reliabilitas. (Arikunto, 2013). Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang handal dan valid. Jadi, instrumen yang handal harus memenuhi dua persyaratan penting, yaitu valid dan handal atau *reliable* (Ghozali, 2014). Berikut adalah penjelasan mengenai dua pengujian tersebut.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Convergent Validity*. Sebuah instrumen mampu mengumpulkan data yang menghasilkan validitas konvergen yang handal bila instrumen itu mendapatkan data mengenai sebuah konstruk yang memiliki pola yang sama dengan yang dihasilkan oleh instrumen yang lain untuk mengukur konstruk yang sama tersebut. Dua alat ukur digunakan untuk mengukur hal yang sama dari orang yang sama maka disebut kedua alat ukur itu memenuhi *Convergent Validity* yang handal (Ferdinand, 2006).

Tahapan pengujian validitas kuesioner merupakan pengukuran data dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden sebanyak 30 orang. Data dari kuesioner tersebut disusun dan diuji validitasnya dengan *Software SPSS v23* (2016), apakah data tersebut valid (reliabel) atau tidak valid (tidak reliabel).

Apabila terdapat data yang tidak valid, maka data tersebut diulang apakah jawabannya sesuai dengan yang ada di lapangan atau item-item pertanyaan dalam kuesioner tersebut mengikuti petunjuk yang telah ditetapkan.

Dari 30 kuesioner tersebut seluruhnya kembali dan diisi responden. Dengan diambil sampel 30 orang dimana apabila item-item pertanyaan terbukti valid dan reliabel, maka peneliti sekaligus menggunakan data tersebut sebagai data penelitian. Hasil perhitungan dengan bantuan computer program SPSS v23 (2016) didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengujian Validitas Item Kuesioner

Item		Korelasi	Sig.	Validitas
<i>Service Quality (SQ)</i>				
sq1	Teknis pendukung konsumen (<i>Costumer Tecnical Support</i>) jasa layanan Traveloka yang baik	0.623	0.000	Valid
sq2	Infrastruktur dalam pembelian jasa layanan Traveloka yang baik	0.795	0.000	Valid
sq3	Terjaminnya keamanan data (<i>Data Security</i>) dalam pembelian jasa layanan Traveloka	0.827	0.000	Valid
sq4	Keramahan untuk pengguna (<i>User-Friendliness</i>) dalam pembelian jasa layanan Traveloka yang baik	0.806	0.000	Valid
<i>Customer Satisfaction (CS)</i>				
cs1	Secara keseluruhan saya puas dengan situs Traveloka.	0.806	0.000	Valid
cs2	Situs Traveloka efektif dalam memberikan support bagi saya untuk membeli tiket perjalanan di Traveloka.	0.576	0.001	Valid
cs3	Saya puas dengan kualitas teknis situs Traveloka.	0.651	0.000	Valid
cs4	Saya puas dengan informasi yang diberikan situs Traveloka.	0.678	0.000	Valid
cs5	Saya puas dengan kualitas layanan situs Traveloka.	0.731	0.000	Valid
cs6	Saya puas dengan cara atau aturan situs	0.665	0.000	Valid

	Traveloka dalam pembelian tiket perjalanan			
<i>Words of Mouth (WOM)</i>				
wom1	Saya bercerita hal-hal positif (baik) tentang Traveloka kepada orang lain.	0.831	0.000	Valid
wom2	Saya merekomendasikan Traveloka kepada orang lain yang meminta pendapat saya tentang travel agen <i>online</i> .	0.861	0.000	Valid
wom3	Saya bersedia mengajak orang lain yang membutuhkan jasa layanan travel agen <i>online</i> ke Traveloka.	0.876	0.000	Valid
<i>Repurchases Intention (RI)</i>				
ri1	Saya akan melakukan pembelian ulang tiket perjalanan di Traveloka pada masa yang akan datang.	0.794	0.003	Valid
ri2	Saya merekomendasikan orang lain untuk membeli tiket perjalanan di Traveloka.	0.706	0.000	Valid
ri3	Traveloka perusahaan penyedia jasa layanan pilihan utama saya pada pembelian berikutnya.	0.883	0.002	Valid

(Sumber: Data primer yang diolah)

Sesuai Tabel 3.1 di atas, ternyata semua item mempunyai korelasi yang signifikan, yaitu lebih kecil dari r-tabel (untuk $N = 30$) sebesar 0,361. (Sugiyono, 2007). Dengan demikian setiap item valid dan layak digunakan untuk analisis berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur (Arikunto, 2013). Untuk mengetahui tingkat reliabilitas item digunakan rumus *Alpha Cronbach's*. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Coefficient Alpha Cronbach* $> 0,60$. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23. (Ghozali, 2014)

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa suatu alat (instrumen) pengumpulan data dikatakan handal jika instrumen yang digunakan dapat dipercaya. Uji reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui bahwa dalam sebuah satu butir, butir-item pertanyaan kuesioner yang digunakan memiliki derajat kesesuaian yang handal. Pendekatan yang dianjurkan dalam menilai sebuah pengukuran (measurement) adalah menilai besaran *Composite Reliability* dan *Variance Extracted* dari masing-masing konstruk.

Pengujian realibilitas ini hanya dilakukan terhadap item-item yang valid, yang diperoleh melalui uji validitas. Dalam melakukan uji realibilitas digunakan skor *Cronbach's Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas (keandalan) dengan bantuan paket program SPSS v23 (2016) didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pengujian Reliabilitas Item Kuesioner

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
<i>Service Quality (SQ)</i>	0.764	Reliabel
<i>Customer Satisfaction (CS)</i>	0.773	Reliabel
<i>Words of Mouth (WOM)</i>	0.814	Reliabel
<i>Repurchases Intention (RI)</i>	0.712	Reliabel

(Sumber: Data primer yang diolah)

Pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas ini menggunakan teknik sekali ukur (*one shot technique*), dimana dengan metode ini kuesioner hanya dibagikan satu kali saja kepada responden (Ghozali, 2011). SPSS v23 (2016) memberikan fasilitas untuk melihat koefisien reliabilitas dengan melihat nilai koefisien. Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS v23 (2016) didapat nilai koefisien reliabilitas semuanya di atas 0.6 jadi dapat disimpulkan bahwa reliabilitas dari semua variabel adalah andal/tinggi.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui skor jawaban responden dengan penyajian Tabel, Mean dan Standar Deviasi. Metode yang digunakan adalah dengan mempersentasekan jawaban responden atas pertanyaan yang akan diajukan pada kuesioner Analisis persentase dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 23. (Ghozali, 2014)

2. Hubungan Sebab-Akibat / Pengaruh SEM

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model*, SEM) dengan dua karakteristik utama yaitu, mengestimasi beberapa hubungan yang saling terkait dan mampu menunjukkan *unobserved concepts* dalam hubungan–hubungan tersebut. Model persamaan struktur diproses dengan persamaan aplikasi AMOS (*Analysis Of Momen Structure*) versi 22.0 yang dikembangkan oleh Ghozali (2014). Analisis statistik ini mengestimasi beberapa persamaan regresi yang terpisah, tetapi berhubungan secara simultan. (Bacon, 1997; Hsu, 2010)

a. Uji Konfirmatori

Uji konfirmatori atau sering disebut *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk menguji dimensionalitas suatu konstruk, yaitu melakukan pengukuran model (measurement model) untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten tersebut.

Suatu konstruk dapat berbentuk unidimensional atau multidimensional. Untuk melakukan CFA terdapat perbedaan, dimana bentuk unidimensional dapat

dilakukan dengan First Order Confirmatory Factor Analysis, dan bentuk multidimensional dapat dilakukan dengan Second Order Confirmatory Factor Analysis.

b. Uji *Goodness of Fit* (GoF) Struktural

Pengujian hipotesis dengan AMOS ini sebenarnya juga merupakan *confirmatory method* yang dilandasi oleh konsep teori atau model. Agar model bisa didefinisikan dan dinilai *Goodness of Fit*-nya, maka *Degree of Freedom* harus positif. (Ghozali, 2014; Kumbhar, 2010; Alshehri *et al*, 2011)

Pengujian kesesuaian model dilakukan dengan mendasarkan pada tiga kriteria sebagai berikut:

- 1) *Absolute Fit Measure model*, dari empat pengujian antara lain:
 - a) *Chi-square*, uji statistik mengenai adanya perbedaan antara trik kovarians populasi dan sampel peneliti mencari menerima hipotesa nol. Tingkat kesesuaian yang disarankan untuk indikator *Chi-square* adalah nilai p (*row*) diharapkan kecil. (Kumbhar, 2010; Alshehri *et al*, 2011)
 - b) GFI sebesar 0.90 atau lebih, index kesesuaian (*fit index*) untuk menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matrik kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. (Wijaya, 2009; Kumar *et al*, 2013)
 - c) $CMIN/DF \leq 2,00$ dibagi dengan *Degree of Freedom* yang akan menghasilkan CMIN/DF.

- d) $RMSEA \leq 0,08$ adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *Chi-square* yang besar.
- 2) *Incremental Goodness of Fit* yang terdiri dari dua pengujian, antara lain:
- a) TLI (*Tucker Lewis Index*), adalah sebagai alternatif *Incremental Goodness of Fit* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap baseline model. Tingkat kesesuaian yang disarankan untuk indikator TLI adalah 0,90 atau lebih.
 - b) AGFI lebih besar atau sama dengan 0,80. *Fit index* ini dapat di *adjust* terhadap *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model. Tingkat kesesuaian NFI lebih besar atau sama dengan 0,90 (Ghozali, 2014; Chakraborty *et al*, 2014).
- 3) *Parsimony Goodness of Fit* diukur dengan pengujian
- a) PNFI (*Parsimonious Normal Fit Index*) tingkat kesesuaian yang diharapkan untuk PNFI sebesar 0,60 sampai 0,90.
 - b) PGFI (*Parsimonious Goodnes Fit Index*) tingkat kesesuaian yang diharapkan untuk PGFI berkisar antara 0 sampai 1,0.

Tabel 3.3 Evaluasi Kriteria *Goodnes of Fit*
(Ferdinand, 2015; Ghozali, 2014; Wijaya, 2009)

No	Kriteria	Cut of Value
1	<i>Chi-square</i>	$\leq \chi^2$ -table (df;5%)
2	χ^2 <i>significance probability</i>	$\geq 0,05$
3	<i>Relative χ^2 (CMIN/DF)</i>	$\leq 2,00$
4	<i>GFI (Goodness of Fit)</i>	$\geq 0,90$
5	<i>AGFI (Adjust Goodness of Fit Index)</i>	$\geq 0,80$
6	<i>TLI (Tucker-Lewis Index)</i>	$\geq 0,90$
7	<i>NFI (Normated Fit Index)</i>	$\geq 0,90$
8	<i>CFI (Comparative Fit Index)</i>	$\geq 0,90$
9	<i>RMSEA (Root Mean Square error of Approximation)</i>	$\leq 0,08$

(Sumber: Data sekunder yang diolah)