

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh desain *website* terhadap kepuasan pelanggan tiket pesawat Traveloka.com.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa *online* terhadap kepuasan pelanggan tiket pesawat Traveloka.com.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan tiket pesawat Traveloka.com.
4. Untuk mengetahui pengaruh desain *website*, kualitas jasa *online*, dan harga terhadap kepuasan pelanggan tiket pesawat Traveloka.com.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandara Internasional Soekarno-Hatta karena bandara merupakan tempat berkumpulnya pengguna jasa transportasi udara dimana penumpang harus memiliki sebuah tiket, dan tiket pesawat saat ini bisa dibeli secara *online*. Jumlah penumpang Bandara yang dijadikan pertimbangan oleh peneliti untuk memilih waktu penelitian, dengan melihat jumlah penumpang yang ada pada tahun 2014 dan 2015 menurut Badan Pusat Statistik, bahwa jumlah penumpang untuk bulan Juli dan Agustus cukup banyak, oleh sebab itu

peneliti memilih bulan Juli dan Agustus 2016. Selain itu Bandara Internasional Soekarno-Hatta juga menjadi bandara dengan jumlah penumpang terbanyak di Indonesia.

Tabel III.1

Jumlah Penumpang Bandara Internasional Soekarno Hatta

Bulan	Tahun 2014	Tahun 2015
Januari	1.712.529	1.478.308
Februari	1.306.951	1.332.181
Maret	1.658.568	1.490.037
April	1.504.102	1.492.524
Mei	1.860.120	1.655.718
Juni	1.793.386	1.556.370
Juli	1.575.907	1.798.426
Agustus	1.749.146	1.760.099
September	1.644.321	1.467.594
Oktober	1.786.361	1.623.422
November	1.724.281	1.620.867
Desember	1.950.020	1.875.545

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

C. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu⁵⁸. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Sugiyono, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan⁵⁹.

⁵⁸ Sugiyono, *op cit.*p.24.

⁵⁹*Ibid.* p. 35-36

D. Populasi dan *Sampling*

Menurut Amos, populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek yang diteliti, ciri-ciri populasi disebut parameter, oleh karena itu populasi sering disebut sebagai kumpulan objek penelitian dari mana data akan dijangkau atau dikumpulkan⁶⁰. Menurut Sedarmayanti & Syarifudin, populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti⁶¹. Sedangkan menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁶². Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan tiket pesawat Traveloka.com.

Menurut Amos, sampel adalah sebagian unsur populasi yang dijadikan objek penelitian. Sampel atau juga sering disebut contoh adalah wakil dari populasi yang ciri-cirinya akan diungkapkan dan akan digunakan untuk menaksir ciri-ciri populasi⁶³. Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁶⁴. Jika populasi besar dan jumlahnya tidak diketahui pasti maka peneliti dapat menggunakan rumus Cochran (1963:75) dalam Jonathan Sarwono (2013) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Sumber : Jonathan Sarwono (2013)

⁶⁰ Amos Neolaka, *Metodelogi Penelitian dan Statistik*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2014), p.41.

⁶¹ Sedarmayanti & Syarifudin, *Metodologi Penelitian* (Bandung, Mandar Maju 2011), p.120.

⁶² Sugiyono, *op cit*, p.148

⁶³ Amos, *op cit*, p.42

⁶⁴ Sugiyono, *op cit* p.149

Keterangan:

n_e = ukuran sampel

Z^2 = abschissa kurva normal area sisi (tails), atau 1-tingkat kepercayaan.

e = toleransi kesalahan yang diinginkan

p = proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

q = 1-p, prososi kegagalan

Dalam Penelitian ini menentukan jumlah sampel menggunakan rumus diatas maka jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

Adapun tingkat ketelitian (α) yang ditentukan adalah 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai $Z=1.96$, tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu probabilitas kuesioner benar atau diterima adalah 0.50 dan ditolak atau salah yaitu $1-0.50 = 0.50$, berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned} n &= \frac{[1,96]^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{0,10^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,25 \cdot 0,25}{0,01} \\ &= \frac{0,2401}{0,001} \\ &= 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97 \end{aligned}$$

Jadi diperoleh jumlah sampel yang digenapkan sebanyak 100 responden.

Pada penelitian kali ini peneliti memilih teknik pengambilan *sampling* dengan *caranon-probabilitysampling*. Menurut Sugiyono, *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih jadi sampel, teknik

sampel ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball*⁶⁵. Dalam penelitian ini peneliti memilih teknik *sampling purposive*, menurut sugiyono *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makana, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makan, atau peneliti tentang kondisi politik disuatu daerah maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik⁶⁶. Dan memilih teknik pengambilan *sampling* jenis *purposive sampling* dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Pertimbangan khusus tersebut yaitu pembeli yang sudah pernah melakukan pembelian tiket pesawat *online* di Traveloka.com dengan minimal sekali pembelian.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, karena hasil penelitian ini nantinya akan diinput kedalam skala pengukuran statistik. Dalam penelitian ini dibutuhkan sumber data, menurut sugiyono, pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan skunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen⁶⁷. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dimana didapat secara langsung oleh responden melalui kuesioner, dan data sekunder dimana didapat dari majalah *Marketing*,

⁶⁵ Sugiyono, *op cit.* p.154.

⁶⁶ *Ibid*, p.156

⁶⁷ *Ibid*, p.223.

Tribun.com, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Majalah CHIPS dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

F. Teknik Pengumpulan Data.

Menurut Amos, mengumpulkan data adalah mengamati variabel yang ingin diteliti. Mengamati bukanlah sekedar menatap atau memperhatikan benda, kejadian lewat mata. Penggunaan teknik wawancara, tes, kuesioner, dan alat instrument lain digolongkan sebagai mengamati⁶⁸. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁶⁹.

G. Variabel Operasional Penelitian.

1. Variabel Terikat.

Menurut Sugiyono, variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas⁷⁰. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka⁷¹.

⁶⁸ Amos Neolaka, Metode Penelitian dan Statistik, *op cit.*p.111

⁶⁹ Sugiyono, *op cit.*, p.213.

⁷⁰ *Ibid.*, p. 97

⁷¹ Philip Kotler & Amstorn, *op cit.*p 138-139.

2. Variabel Bebas.

Menurut Sugiyono, variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas, variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)⁷². Menurut Amos, variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab⁷³. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah desain *website* (X1), kualitas jasa *online* (X2), dan harga (X3).

Desain *website* (X1) adalah desain *website* menurut Carlos et al adalah proses menciptakan sebuah artefak dengan struktur bentuk yang direncanakan, artistik, koheren, bertujuan, dan berguna. Dari perspektif konsumen, sebuah *website* harus dirancang dengan semua fitur untuk membangkitkan afektif dari pengguna dan untuk meningkatkan kunjungan *online* mereka atau niat beli konsumen⁷⁴.

Kualitas jasa *online* (X2) adalah kualitas menurut Goetsch & Davis (2010) dalam Fandy Tjiptono & Chandra, kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan⁷⁵. Dan kualitas jasa *online* merupakan perkembangan dari kualitas jasa, dikatakan *online* karena jasa *online* yang dijadikan sebagai objek.

⁷² Sugiyono, *op cit*, p.96.

⁷³ Amos, *op cit*, p.63.

⁷⁴ Flavian, Carlos. *Loc cit*.

⁷⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Op cit*. p.115.

Harga (X3) adalah menurut Kotler & Armstrong dalam Ari dkk, harga adalah sebagai sejumlah yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa⁷⁶.

Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian, peneliti menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut sugiyono adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial⁷⁷. Data yang terkumpul melalui kuesioner, kemudian peneliti olah kedalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden. Berdasarkan skala *likert* bentuk jawaban, antara lain:

Tabel III.2

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pem
bob
otan
Jaw
aba
n

Kuesioner

Sumber: Amos Neolaka (2014:117)

⁷⁶ Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, Efendi, *op cit* .p. 128.

⁷⁷ Sugiyono, *op cit*,p. 168.

Ada beberapa alasan poin tengah (netral) digunakan dalam skala *likert*⁷⁸:

- a. Memasukan netral merupakan satu cara agar responden benar-benar dapat memilih sesuai dengan sikap atau persepsinya ketika mereka memang bersikap netral dengan apa yang dirasakan atau dipikirkan. Menghilangkan poin netral akan menambah kesalahan karena memaksa responden yang sebenarnya mempunyai penilaian netral untuk memilih yang tidak mencerminkan perasaan atau pikiran mereka.
- b. Para responden dapat merasakan frustrasi ketika terpaksa harus menentukan pilihan yang sebenarnya tidak cocok dengan perasaan atau pikiran mereka. Hal ini dapat mendorong jawaban yang sebenarnya tidak benar.
- c. Ketika melakukan perhitungan rata-rata untuk item kuesioner, variabel, atau dimensi beberapa rata-rata akan selalu mempunyai nilai tengah pada skala. Jadi, sangatlah tidak masuk akal jika mendiskusikan hasil yang mempunyai nilai tengah, tetapi item item pada kuesioner tidak mempunyai pilihan nilai tengah.

Adapun operasional variable beserta konsep dan dimensinya dalam penelitian ada pada table dibawah ini:

Tabel III.3
Variabel Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	No Item
Desain <i>Website</i> , proses menciptakan	Tampilan	Situs ini menarik secara visual.	<i>Website</i> Traveloka.com menarik secara visual dalam	1

⁷⁸ Anwar Sanusi Metodologi penelitian bisnis, disertai contoh proposal penelitian bidang ilmu ekonomi dan manajemen, salemba empat, Jakarta 2011. P. 59

sebuah artefak dengan struktur bentuk yang direncanakan, artistik, koheren, bertujuan, dan berguna. (Carlos et al,2009)		(Asmai ishah,2012) (Florian Daniel, 2010)	menu pembelian tiket pesawat.	
	Navigasi	Navigasi <i>website</i> mudah. (Florian Daniel, 2010)	Navigasi untuk mencari tiket pesawat di <i>website</i> Traveloka.com mudah	2
	Konten	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat. (Florian Daniel, 2010)	<i>Website</i> Traveloka.com menyediakan informasi yang akurat atau benar mengenai tiket pesawat.	3
		<i>Website</i> menyediakan informasi terkini. (Asmai ishah, 2012)	<i>Website</i> Traveloka.com menyediakan informasi yang <i>up to date</i> mengenai tiket pesawat.	4
	Proses Pembelian	Desain ini mudah dipahami dalam melakukan transaksi. (Asmai ishah,2012)	Desain <i>website</i> Traveloka.com mudah dipahami dalam melakukan transaksi pembelian tiket pesawat.	5
		<i>Website</i> mempermudah pelanggan untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com mempermudah pelanggan untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat dalam pembelian tiket pesawat.	6
		Terdapat <i>review</i> tentang produk atau jasa yang akan dibeli. (Carlos et al, 2009)	<i>Website</i> Traveloka.com memperlihatkan <i>review</i> tiket yang akan dibeli.	7
Kualitas Jasa <i>Online</i> , kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya	Efisiensi	<i>Website</i> mempermudah pelanggan untuk mencari apa yang pelanggan butuhkan. Ario &	<i>Website</i> Traveloka.commempermudah pelanggan untuk mencari tiket pesawat yang dibutuhkan.	8

manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.(Tjiptono& Chandra, 2016)		Tjahjono (2016)		
		<i>Website</i> dapat diakses dengan cepat. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com dapat diakses dengan cepat ketika melakukan pembelian tiket pesawat.	9
	Realibilitas	<i>Website</i> selalu tersedia. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.comselalu tersedia ketika melakukan pembelian tiket pesawat.	10
		<i>Website</i> beroperasi dengan semestinya. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com beroperasi dengan semestinya ketika melakukan pembelian tiket pesawat.	11
	<i>Fullfilment</i>	<i>Website</i> memberikan informasi yang benar tentang ketersediaan barang yang ada. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com memberikan informasi yang benar tentang ketersediaan tiket pesawat.	12
		<i>Website</i> dengan cepat mengirim bukti <i>booking</i> yang pelanggan pesan. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.comdengan cepat mengirim bukti <i>booking</i> pembelian tiket pesawat.	13
	Privasi	<i>Website</i> melindungi informasi tentang perilaku pelanggan saat berbelanja. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com melindungi informasi tentang pelanggan saat berbelanja tiket pesawat.	14
		<i>Website</i> tidak menyebarkan informasi pribadi ke <i>website</i> yang lain. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com tidak menyebarkan informasi pribadi pembeli tiket pesawat ke <i>website</i> yang lain.	15
		<i>Website</i>	<i>Website</i> Traveloka.com	16

		melindungi informasi tentang <i>credit card/debit card</i> pelanggan. Ario & Tjahjono (2016)	melindungi informasi tentang <i>credit card/debit card</i> pelanggan yang melakukan pembelian tiket pesawat.	
	Daya Tanggap	<i>Website</i> memberikan informasi tentang apa yang harus dilakukan kepada pelanggan ketika barang tidak dapat diproses. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com memberikan informasi tentang apa yang harus dilakukan kepada pelanggan ketika <i>booking</i> pembelian tiket pesawat tidak dapat diproses	17
		<i>Website</i> mengurus masalah dengan segera. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com mengurus masalah pembelian tiket pesawat dengan segera.	18
	Kompensasi	<i>Website</i> memberikan kompensasi ketika barang tidak terkirim tepat waktu. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com memberikan kompensasi ketika bukti <i>booking</i> pembelian tiket pesawat tidak terkirim tepat waktu.	19
	Kontak	<i>Website</i> menampilkan nomor telepon yang dapat dihubungi. Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com menampilkan nomor telepon yang dapat dihubungi jika terjadi masalah dalam pembelian tiket pesawat.	20
		<i>Website</i> memiliki layanan pelanggan yang tersedia <i>online</i> maupun <i>offline</i> . Ario & Tjahjono (2016)	<i>Website</i> Traveloka.com memiliki layanan pelanggan yang tersedia <i>online</i> seperti <i>e-mail</i> yang dapat dihubungi jika terjadi masalah dalam pembelian tiket pesawat.	21
Harga ialah jumlah semua nilai yang	Daya Saing Harga	Keterjangkauan harga	Harga tiket pesawat di Traveloka.com murah	22

diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Kotler & Amstrong dalam Arie et al (2015)		dibandingkan dengan pesaing. Hikmawati (2011)	dibandingkan dengan pesaing	
		Perusahaan memiliki pesaing harga yang kompetitif. Hikmawati (2011)	Harga tiket pesawat di Traveloka.com memiliki pesaing harga yang kompetitif.	23
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Memiliki harga yang sesuai dengan spesifikasi jasanya. Hikmawati (2011)	Membeli tiket pesawat di Traveloka.com itu hemat.	24
		Menggunakan jasa perusahaan ini hemat. Hikmawati (2011)	Harga tiket pesawat di Traveloka.com memiliki harga yang sesuai dengan manfaat	25
Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Thamrin & Francis (2016)	Penggunaan Jasa Kembali	Menggunakan jasa kembali. (Alma, 2011) & (Tisye et al, 2014)	Anda akan menggunakan Traveloka.com kembali untuk membeli tiket pesawat.	26
	Komplain	Tidak pernah mengeluh (<i>complaint</i>). (Alma, 2011) & (Tisye et al, 2014)	Anda tidak pernah melakukan komplain ketika melakukan pembelian tiket pesawat di Traveloka.com	27
	Rekomendasi	Merekomendasikan ke orang lain. (Alma, 2011) & (Tisye et al, 2014)	Anda akan merekomendasikan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka.com ke orang lain.	28

Sumber: data diolah peneliti (2016)

H. Uji Instrumen Penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas secara umum dapat dikatakan sebagai kekuatan kesimpulan, inferensi, atau proposi dari hasil riset yang sudah kita lakukan yang mendekati kebenaran.

Pandangan dari beberapa ahli diantaranya ialah:

- a. Kondisi yang mendekati kebenaran atau kesalahan yang terdapat dalam inferensi, proposisi atau kesimpulan (Cook dan Campbell dalam Sarwono)⁵².
- b. Validitas berkaitan dengan kebenaran, maksudnya: Apakah pengukuran test digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur? Dan sejauh mana inferensi dapat dibuat dari nilai-nilai hasil pengujian atau pengukuran lainnya (Mehrens dan Lehman dalam Sarwono)⁵³.

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

Sumber: Amos Neolaka (2014:116)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

⁵² Sarwono, Jonathan. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS): Tuntunan Praktis dalam Menyusun Skripsi. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), p.84

⁵³ *Ibid*, p. 84.

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Item Instrumen dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel.

2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu⁵⁴.

Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai alpanya menunjukkan angka lebih dari 0,60. Semakin tinggi nilai alpha (mendekati 1) maka butir pertanyaan dalam penelitian semakin reliabel, dan sebaliknya⁵⁵.

Tabel III.4

Kriteria Tingkat Reliabilitas

Interval Koefisien	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, 2011:184

⁵⁴ Sunjoyo, Rony Setiawan, et al). Aplikasi SPSS untuk SMART Riset. (Bandung: Alfabeta, 2013), p.41

⁵⁵ Nanang Martono, Metode Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci, (Jakarta, Rajagrafindo, 2015). p.8.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data berkaitan dengan distribusi suatu data. Data yang mempunyai distribusi normal artinya data yang didistribusinya simetris sempurna. Jika digunakan bahasa umum disebut berbentuk kurva bel⁵⁶. Menurut Johnston (2004) dalam Jonathan Sarwono (2013), ciri-ciri data yang mempunyai distribusi normal ialah sebagai berikut:

- a. Kurva frekuensi normal menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi berada di tengah-tengah, yaitu berada pada rata-rata nilai distribusi dengan kurva sejajar dan tepat sama pada bagian sisi kiri dan kanannya. Kesimpulannya, nilai yang paling sering muncul dalam distribusi normal ialah rata-rata, dengan setengahnya berada di bawah rata-rata dan setengahnya yang lain berada di atas rata-rata.
- b. Kurva normal, sering juga disebut sebagai kurva bel, berbentuk simetris sempurna.
- c. Frekuensi nilai di atas rata-rata akan cocok dengan frekuensi nilai di bawah rata-rata karena dua bagian sisi dari tengah-tengah simetris.
- d. Frekuensi total semua nilai dalam populasi akan berada pada area dibawah kurva, perlu diketahui bahwa area total di bawah kurva mewakili kemungkinan munculnya karakteristik tersebut.

⁵⁶Jonathan Sarwono, *op cit*.p.152

- e. Kurva normal dapat mempunyai bentuk yang berbeda. Bentuk tersebut ditentukan dari nilai rata-rata dan simpangan baku populasi.

Menurut Imam Gunawam, apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal⁵⁷.

2. Uji Linearitas

Sebagian besar rumus statistika menghendaki adanya hubungan antarvariabel mengikuti garis linear. Hubungan linear adalah hubungan yang menunjukkan peningkatan skor satu variabel diikuti dengan peningkatan variabel lainnya atau sebaliknya. Hubungan linear dapat bersifat positif atau negatif, uji linear merupakan syarat untuk semua uji hubungan, bertujuan untuk apakah hubungan dua variabel membentuk garis lurus. Prinsip uji linear adalah melihat apakah penyimpangan garis hubungan antardata menjauhi atau mendekati garis linear. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linear tidaknya hubungan antar masing-masing variabel penelitian⁵⁸.

3. Uji Multikolinearitas.

Penggunaan uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya satu atau lebih variabel bebas mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinearitas adalah syarat untuk semua uji hipotesis kausalitas, syarat uji ini adalah nilai dari *VIF* (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antarvariabel bebas. Karim dan Hadi (2007) dalam Imam

⁵⁷Imam Gunawan, *op cit.* p. 93

⁵⁸*Ibid.* p.98

Gunawan berpendapat bahwa untuk melihat adanya kasus multikolinearitas adalah dengan melihat VIF, apabila nilai VIF suatu model kurang dari 10, maka model tersebut dinyatakan bebas dari kasus multikolinearitas⁵⁹.

4. Uji Heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas artinya varian variabel dalam model tidak sama, konsekuensi heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksiran yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun dalam sampel besar. Salah satu cara yang digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas adalah dengan memperhatikan plot dari sebaran residual (*ZPRED) dan variabel yang diprediksi (*ZPRED), jika sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas⁶⁰.

J. Teknik Analisis Data.

Teknik Analisis Data dilakukan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Penelitian menggunakan aplikasi SPSS versi 23 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Jenis analisis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan salah satu teknik analisis yang sering digunakan dalam mengelolah data, analisis regresi linear berganda digunakan bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel kriterium, bila dua atau lebih preditor dimanipulasi, jadi

⁵⁹*Ibid.* p. 103

⁶⁰ Imam Gunawan, *Loc cit.*

analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel prediktor atau bebas minimal dua⁶¹. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y), dan variabel bebasnya adalah desain *website* (X1), kualitas jasa *online* (X2), dan harga (X3).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Sumber: Jonathan Sarwono (2013)

Keterangan:

Y = variabel terikat.

α = konstanta, intercept yang merupakan nilai Y saat nilai prediktor sebesar nol.

β = koefisien regresi.

X = variabel bebas

2. Uji Hipotesis

a. Uji T

Nilai statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini dimana hipotesis pertama, desain *website* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tiket pesawat Traveloka.com. Hipotesis kedua, kualitas jasa *online* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tiket pesawat Traveloka.com. Hipotesis ketiga, harga

⁶¹*Ibid*, p.215

berpengaruh terhadap kepuasna pelanggan tiket pesawat Traveloka.com. ketiga hipotesis diatas dapat dijawab melalui uji T.

Hipotesis diterima jika T hitung > T tabel atau nilai signifikan lebih kecil dari 0.05. artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Cara menghitung T tabel:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

df = derajat kebebasan/ *digree of freedom*

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

1 merupakan konstanta

Menghitung T tabel juga dapat menggunakan program *Microsoft excel* dengan fomula =TINV(signifikansi/probabilitas,df).

b. Uji F

Uji bersama dilakukan dengan membandingkan antara hitung dengan nilai F table dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Dan jika probabilitas lebih kecil dari pada 0.05 maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$df 1 = k - 1 \text{ dan } df 2 = n - k$$

keterangan:

df = derajat kebebasan/ *digree of freedom*

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

Menghitung F tabel juga dapat menggunakan program *Microsoft excel* dengan fomula =FINV(signifikansi/probabilitas,variabel,df).

Kreteria pengujian :

Hipotesis diterima bila F hitung > F tabel atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Artinya varibael X1,X2, dan X3 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y.

c. Koefisien Determinasi

Menurur Riduwan analisis koefisien determinasi adalah analisis yang digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan atau pengaruh variabel X terhadap variabel Y⁶².

Sedangkan menurut Ghozali, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dapat menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas⁶³.

Menurut Jonathan Sarwono, koefisien determinasi adalah pengukuran proposi varian variabel tergantung tentang rata-ratanya yang dapat dijelaskan oleh variabel

⁶² Riduwan, Belajar Mudah Penelitian untuk Guru dan Peneliti Pemula, (Bandung, Alfabeta, 2009). p.139

⁶³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, edisi 5, (Semarang, BP UNDIP, 2011), p.97

bebas/prediktornya, jika nilai ini semakin besar (mendekati 1), maka prediksi yang dibuat semakin kuat.