

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat, Waktu dan Objek Penelitian

Wilayah Jakarta akan menjadi tempat dilaksanakannya Penelitian ini. Wilayah Jakarta dipilih oleh Peneliti karena menurut data yang peneliti peroleh dari Buletin Asosisasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2015), tingkat penggunaan internet terbanyak ada di Pulau Jawa dan terdapat di kawasan perkotaan (urban). Kawasan perkotaan yang besar dengan jumlah penduduk di atas satu juta orang dan berdekatan dengan kota satelit disebut sebagai metropolitan. Jakarta merupakan wilayah metropolitan. Karena hal tersebut, peneliti memilih tempat penelitian di Jakarta. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Juli 2019.

3.2 Metode Penelitian

“Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berusaha untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”, Malhotra (2010:139). Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu metode survei. Metode survei adalah metode penyebaran kuesioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik.

Penelitian ini menggunakan jenis model penelitian deskriptif-kausal.” Desain penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat, sedangkan desain penelitian kausal ialah desain penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel”, Malhotra (2010:81). Variabel-variabel yang akan dilihat hubungannya pada penelitian ini adalah *e-service quality, trust, customer satisfaction, repurchase intention*.

3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

“Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran”, Malhotra (2010:338). “Populasi adalah keseluruhan manusia yang terdapat dalam area yang ditetapkan”, Yusuf (2016:148). Populasi dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

- a. Populasi terbatas (*definite*), yaitu objek penelitian yang dapat dihitung,
- b. Populasi tak terbatas (*indefinite*), yaitu objek penelitian yang mempunyai jumlah tak terbatas, atau sulit dihitung jumlahnya.

Populasi yang digunakan di penelitian ini yaitu pelanggan Traveloka di Jakarta yang melakukan transaksi melalui *mobile app* dan *website*. Populasi *indefinite* digunakan dalam penelitian ini. Populasi *indefinite* digunakan ketika tak terbatasnya objek penelitian dan peneliti jumlah pasti pelanggan Traveloka yang berada di Jakarta tidak diketahui.

1.3.1 Sampel

“Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik penelitian sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atas anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”, Malhotra (2010:344).

Metode teknik *Purposive sampling* akan digunakan dalam menentukan jumlah sampel. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel. Karakteristik sampel yang peneliti anggap cocok dalam penelitian ini yaitu :

1. Sudah pernah membeli dan menggunakan layanan Traveloka dalam kurun waktu 6 bulan terakhir minimal 2 kali.
2. Bertempat tinggal di Jakarta.

Peneliti menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)* yang memiliki jumlah minimum sampel yang dibutuhkan. “Ketika menentukan ukuran sampel ada beberapa saran yang dapat digunakan sebagai pedoman ketika analisis *SEM* salah satunya bahwa *critical sample size* untuk analisis menggunakan LISREL adalah 200 sampel”, Hair et al dalam Sanusi (2011:175). Saat analisis *SEM* ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan jumlah besaran dari sampel, yaitu :

1. Teknik estimasi *maximum likelihood (ML)* menggunakan sampel 100 – 200.
2. Berdasarkan total indikator yang digunakan dalam keseluruhan variabel. Jumlah sampel dapat dihitung dari jumlah total indikator keseluruhan variabel, yang dikalikan 5-10. Jika ada 20 indikator, jumlah sampel yaitu antara 100 – 200.
3. Bergantung kepada jumlah dari parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
4. Teknik estimasi tertentu dapat dipilih peneliti jika sampelnya sangat besar.

Merujuk pada uraian diatas, Penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas, 1 variabel terikat, dan 1 variabel *intervening*. Jumlah pertanyaan yaitu 24 pertanyaan. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 200 responden untuk memudahkan analisis data menggunakan *LISREL* dan menghindari kesalahan data. Adapun yang dapat dikategorikan sebagai responden yang sesuai dalam penelitian ini adalah responden yang pernah bertransaksi di Traveloka dalam kurun waktu 6 bulan terakhir minimal 2 kali dan bertempat tinggal di Jakarta.

3.4 Metode Pengumpulan Data

“Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian”, Malhotra (2010:100). Data ini didapat dari sumber pertama sebagai contoh hasil dari pengisian kuesioner oleh responden.

3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen

“Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji”, Malhotra (2010:221). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Repurchase Intention* (Z), di mana *Repurchase Intention* akan ditentukan oleh *Customer Satisfaction* (Y).

3.5.2 Variabel Independen

“Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel alternatif yang dimanipulasi yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti dan efeknya diukur serta dibandingkan”, Malhotra (2010:221). Variabel independen pada penelitian ini antara lain *E-Service Quality* (X1) dan *Trust* (X2).

3.5.3 Variabel *Intervening*

“Variabel *intervening* adalah variabel yang berada diantara variabel independen dan dependen. Variabel *intervening* merupakan variabel bebas yang tidak terikat oleh variabel apapun, dalam tugasnya variabel *intervening* membantu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat”, Sekaran dan Bougie (2013:30). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction* (Y).

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>E-Service Quality (X1)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk mendapatkan informasi di situs Traveloka 2. Transaksi lebih cepat dilakukan di situs Traveloka 3. Mudah menggunakan situs Traveloka 2. Situs Traveloka berada dalam kondisi operasi yang baik. 3. Produk di situs Traveloka berkualitas baik. 4. Produk sesuai dengan keterangan yang ada di situs Traveloka. 5. Traveloka akan menawarkan kompensasi jika ada masalah dalam transaksi <i>online</i>. 6. Situs Traveloka akan menjaga kerahasiaan mengenai informasi belanja <i>online</i>. 7. Situs Traveloka tidak membagikan informasi mengenai transaksi apa pun kepada orang lain 	Chen et al (2016)
<i>Trust (X2)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 8. Traveloka selalu jujur kepada pelanggan 9. Traveloka tidak oportunistik (mementingkan diri sendiri) 10. Traveloka selalu menepati janji kepada pelanggan. 11. Traveloka dapat dipercaya. 12. Traveloka memiliki kemampuan untuk menyelesaikan transaksi dengan baik. 	Fang et al (2011)
<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 13. Relatif puas dengan pengalaman belanja di situs Traveloka 14. Berbelanja di situs Traveloka sangat menyenangkan. 15. Puas dengan pengalaman berbelanja di situs Traveloka, dibandingkan dengan situs belanja <i>online</i> lainnya 16. Relatif puas dengan informasi produk yang disediakan di situs Traveloka 17. Relatif puas dengan layanan yang disediakan di situs Traveloka 	Kim et al. (2012)
<i>Repurchase Intention (Z)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 18. Akan terus membeli produk dan layanan dari Traveloka. 19. Tertarik untuk memperoleh informasi lebih detail tentang produk dari Traveloka. 20. Ingin merekomendasikan Traveloka kepada orang-orang di sekitar. 21. Menganggap situs Traveloka sebagai toko <i>online</i> travel prioritas 22. Bermaksud untuk terus menggunakan Traveloka. 	Kim et al. (2012)

Sumber : Data diolah Peneliti (2019)

3.6 Skala Pengukuran

Pada kuesioner penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. “Skala pengukuran *Likert* yaitu skala pengukuran dengan 5 kategori respon yang berkisar antara sangat setuju hingga sangat tidak setuju yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus”, Malhotra (2010:276). Nilai-nilai dari setiap skala tersebut yaitu :

Tabel III.2

Pengukuran Skala *Likert*

Kriteria Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Biasa Saja	BS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Malhotra (2010:276)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data memiliki tujuan dalam menginterpretasikan selanjutnya mengambil kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian, *software* SPSS versi 23 dan *software* LISREL versi 8.8 untuk mengolah *SEM* akan digunakan dalam penelitian ini. *SEM* digunakan karena dinilai lebih akurat, karena tidak hanya dapat mengetahui hubungan kausalitas antar variabel atau konstruk, selain itu *SEM* juga dapat mengetahui komponen-komponen pembentuk variabel atau konstruk tersebut dan mengetahui besarannya.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memetakan setiap jawaban responden berdasarkan kuesioner yang sudah dibuat peneliti. Pada hal ini pendekatan teknik analisis deskriptif antara lain berupa penyajian melalui tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi serta persentase.

3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini Uji validitas digunakan untuk memvalidasi kelayakan pertanyaan-pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel yang diuji. Validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian.

“Tujuan Uji validitas yaitu untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji Pearson. Nilai Pearson akan dianggap *valid* jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka tidak *valid*. Sedangkan reliabilitas merupakan alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel”, Malhotra (2010:288).

“Uji reliabilitas adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mengukur keandalan di mana responden termasuk dalam cakupan skala yang sama pada dua waktu yang berbeda, dengan kondisi yang dianggap sama. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila instrumen-instrumen yang ada tetap konsisten

atau stabil pada hasil yang relatif sama meskipun pengukuran tersebut diulang kembali. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan 0,8 dapat dikatakan baik. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* menunjukkan seberapa baik item-item yang ada saling berkorelasi secara positif satu sama lain”, Malhotra (2010:286).

Rumus reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* yaitu :

$$f(x) = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas *instrument*

k = Banyaknya butir pertanyaan

σb^2 = Jumlah *varians* butir

σ^2 = Total *varians*

3.7.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

“Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan seperangkat variabel terikat”, Maisaroh (2015:791). Dalam analisis jalur, hubungan kausalitas yang menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dapat diukur besarnya. Analisis jalur perlu memperhatikan asumsi berikut ini, yaitu :

1. Hubungan antar variabel harus linear dan aditif.
2. Semua variabel residu tidak mempunyai korelasi satu sama lain.
3. Pola hubungan antar variabel adalah rekursif.
4. Skala pengukuran semua variabel minimal interval.

Tabel III.3

Rekapitulasi Penelitian Relevan

Tinjauan Penelitian Terdahulu	Jumlah Sampel	Teknik Pemilihan Sampel	Tempat Penelitian	Metode
Tu, C.-C. (2012)	316	<i>Random Sampling</i>	Taiwan	<i>SEM</i>
Aren, S., Güzel, M., Kabadayı, E., & Alphan, L. (2013)	300	<i>Random Sampling</i>	Istanbul	<i>LINEAR REGRESSION</i>
YH Fang, CM Chiu, ETG Wang (2011)	219	<i>Purposive Sampling</i>	Taiwan	<i>SEM</i>
Kyungyoung Ohk, S. B. (2015)	275	<i>Random Sampling</i>	<i>Online</i>	<i>SEM</i>
Dian, R. A., & Rusfian, E. Z. (2013)	120	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Online</i>	<i>PATH ANALYSIS</i>
Muflihadi, I. Rubiyanti, N. (2016).	100	<i>insidental sampling</i>	Bandung	<i>LINEAR REGRESSION</i>
Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. (2016)	100	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Online</i>	<i>LINEAR REGRESSION</i>
Ayo, C. K., Oni, A. A., Adewoye, O. J., & Eweoya, I. O. (2016)	500	<i>Random Sampling</i>	Nigeria	<i>SEM</i>
Bulut, Z. A. (2015)	389	<i>Purposive Sampling</i>	Turki	<i>SEM</i>
Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2017)	200	<i>Purposive Sampling</i>	Indonesia	<i>PATH ANALYSIS</i>
Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. L. (2016)	100	<i>Purposive Sampling</i>	Indonesia	<i>LINEAR REGRESSION</i>
Sharma, G., & Lijuan, W. (2015)	506	<i>Online</i>	Nepal	<i>SEM</i>
Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017)	410	<i>Convenience Sampling</i>	India	<i>PATH ANALYSIS</i>
Purnami, N. M., & Nurcaya, I. N. (2015)	120	<i>Purposive Sampling</i>	Denpasar	<i>SEM</i>

Setyorini, R., & Nugraha, R. P. (2016)	400	<i>Convenience Sampling</i>	Indonesia	<i>PATH ANALYSIS</i>
<u>L. Suhaily, Y Soelasih</u> (2017)	180	<i>Random Sampling</i>	Jakarta	<i>SEM</i>

Sumber: Data diolah Peneliti (2019)

3.7.4 Kesesuaian Model

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menguji layak atau tidaknya model *SEM*. Langkah Pertama adalah menguji ada atau tidaknya nilai taksiran yang rusak. Pada bagian model struktural atau pada model pengukuran bisa terjadi nilai yang rusak. Langkah berikutnya adalah melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. Pada *SEM*, *Fit Indices* digolongkan menjadi 3 bagian, yaitu :

1. *Absolute Fit Measure*.
2. *Incremental Fit Measures*.
3. *Parsimonious Fit Measures*.

Absolute Fit Measures merupakan ukuran kecocokan yang menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian.

Alat ukur pada *Absolute Fit Measures* yaitu :

1. Uji *Chi Square* merupakan ukuran untuk mengevaluasi *fit*-nya model secara keseluruhan dan menilai besarnya perbedaan antara sampel dan matriks kovarians. Model dikatakan *perfect fit* apabila nilai *chi square* sama dengan nol.

2. *Goodness of Fit Index (GFI)* berguna untuk menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan *matriks kovarian* yang teramati.

Model dianggap *fit* apabila nilai $GFI \geq 0,9$.

3. *Root Mean Square Residual (RMSR)* adalah rata-rata residual antara *matriks kovarians* atau korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap *good fit* apabila nilai *RMSR* kurang dari 0,05 ($RMSR < 0,05$).

4. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* digunakan untuk mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan *matriks kovarians* populasinya. Suatu model dikatakan *close fit* apabila memiliki nilai *RMSEA* kurang dari atau sama dengan 0,05 dan suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $RMSEA \leq 0,08$. *Incremental Fit Measures* merupakan ukuran kecocokan yang bersifat relatif, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti”. Alat ukur *Incremental fit measures* yang digunakan yaitu :

1. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*, merupakan modifikasi dari *GFI* untuk *degree of freedom (df)* dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki *AGFI* lebih besar atau sama dengan 0,9 ($AGFI \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* jika ($0,8 \leq AGFI \leq 0,9$).

2. *Tucker Lewis Index (TLI)*, dikenal juga sebagai *Non Normed Fit Index (NNFI)*, digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk *SEM*. Nilai *TLI*

berkisar di antara 0 sampai 1. Sebuah model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $TLI \geq 0,9$, dan dikatakan *marginal fit* apabila memiliki nilai $TLI (0,8 \leq TLI \leq 0,9)$.

3. *Comparative Fit Index (CFI)*, merupakan bentuk revisi dari *NFI* yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai *CFI* berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai *CFI* lebih besar atau sama dengan 0,9 ($CFI \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* apabila ($0,8 \leq CFI \leq 0,9$).

Tabel III.4

Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-Off Value</i>
<i>GFI</i>	≥ 0.90
<i>RMSR</i>	< 0.05
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>TLI</i>	$\geq 0,90$
<i>CFI</i>	$\geq 0,90$

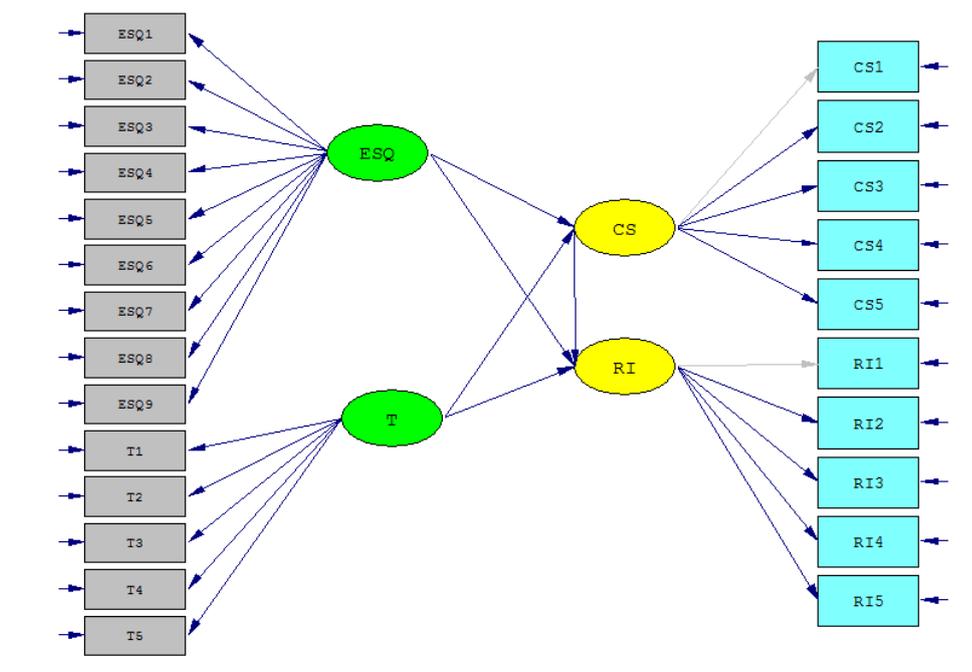
Sumber: Sarjono dan Julianita (2015)

3.7.5 Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai yang terdapat pada *standardized total effects* dari hasil tersebut peneliti dapat mengetahui

seberapa kuat pengaruh atau hubungan antar variabel. Peneliti menggunakan Kriteria dalam pengujiannya dengan membandingkan *t-values* dengan nilai kritisnya (*t-tabel*). Nilai kritis untuk ukuran sampel besar ($n > 30$) dengan taraf $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 1,96. Bisa dikatakan signifikan jika hubungan antar variabel memiliki *t-values* $> 1,96$.

3.8 Model SEM



Gambar III.1

Diagram Konseptual *Full Model*

Sumber: Data diolah peneliti (2019).