

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada berkaitan dengan penelitian ini untuk selanjutnya diolah menjadi data (Umar dalam Azizah dan Ali, 2009).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif (Sugiyono 2014, p.13). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen pada TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM dan TIKET.COM

#### **3.2 Sumber Data**

Berdasarkan data tergolong menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder menurut Sanusi (2011, p.104).

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen.

##### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain dan bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Data sekunder dibagi menjadi 2 :

1. Data Internal, data ini berasal dari dalam perusahaan, dalam penelitian ini data internal tidak digunakan oleh peneliti.
2. Data Eksternal, data yang tersedia diluar organisasi perusahaan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*),

Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dokumentasi, yaitu pengambilan data secara langsung maupun terhadap objek penelitian mengenai masalah yang diteliti seperti data sejarah perusahaan, data pengguna TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM dan TIKET.COM data evaluasi indeks sikap konsumen.

2. Penelitian survey

Metode survey ialah metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan dalam pengamatan langsung terhadap suatu gejala dalam populasi besar atau kecil. Proses penelitian survey merupakan suatu fenomena sosial dalam bidang pendidikan yang menarik perhatian peneliti. Penelitian survey menggambarkan proses transformasi komponen informasi ilmiah.

3. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara penyebaran kuisisioner:

Menurut Sugiyono (2014, p.199) Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Hal-hal yang terkait dengan penelitian tentang sikap konsumen atas TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM, dan TIKET.COM.

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuisisioner pada penelitian ini adalah skala *Likert*.

**Tabel 3.1 Pengukuran Evaluasi (ei)**

Penilaian	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Biasa (B)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2014)

**Tabel 3.2 Pengukuran Kepercayaan (bi)**

Penilaian	Skor
Sangat Tidak Penting (STP)	1
Tidak Penting (TP)	2
Biasa (B)	3
Penting (P)	4
Sangat Penting (SP)	5

Sumber: Sugiyono (2014)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014, p.115) mendefinisikan populasi sebagai berikut Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu, yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam

penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan dan telah mengetahui tiket online yaitu TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM, dan TIKET.COM.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.70) sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pengguna tiket online. Teknik yang digunakan dalam sampel ini adalah teknik *accidental sampling*, dimana satuan sampling yang diperoleh secara sembarang (atau kebetulan ada pada saat penelitian berlangsung).

Jika jumlah populasi belum diketahui karena konsumen yang menggunakan Tiket.com tidak sedikit maka populasi dalam penelitian ini belum dapat menyebutkan jumlahnya, perlu diestimasi proporsi sampel dapat dihitung dengan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{z\alpha}{E} \right)^2$$

Keterangan:

n =Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

z =Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

A = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah :

Maka:

$$n = \frac{1}{4} \frac{z_{0,05}^2}{0,1} = 2$$

$$n = \frac{1}{4} \frac{1,96^2}{0,1}$$

$$n = \frac{1}{4} 384,16 = 96 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 96 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Berusia minimal 17 tahun, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuisisioner penelitian dengan baik.
2. Masyarakat yang menggunakan TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM dan TIKET.COM

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono2014, p.58). Dalam penelitian ini yang menjadi variable adalah sikap konsumen pada TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM dan TIKET.COM.

### 3.6 Definisi Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan hanya menganalisis tentang sikap sebagai variabel utama yang dapat di tentukan indikatornya berdasarkan keyakinan

dan evaluasi atribut. Adapun indikator variable yang dilihat dari atribut layanan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Sikap	Sikap ini merupakan keyakinan seseorang mengenai hasil akhir dari perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku berkenaan dengan kinerja evaluasi individu, positive atau negative (Hermawan, 2017)	Sikap konsumen terhadap tiket online TRAVELOK, PEGIPEGI.COM, dan TIKET.COM	Atribut layanan yang dapat digunakan dalam sikap konsumen pada keputusan belanja online salah satunya pada e-ticketing adalah: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Sistem pembayaran.</li> <li>b. Kemudahan pencarian promosi.</li> <li>c. Fleksibel perubahan jadwal</li> <li>d. Kemudahan menentukan pilihan destinasi</li> <li>e. Kecepatan dalam transaksi.</li> </ol> </li> <li>2. Kenyamanan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keramahan customer service.</li> <li>b. Penanganan complain.</li> <li>c. Kelancaran sistem.</li> </ol> </li> <li>3. Rancangan Website               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Desain dan tampilan.</li> <li>b. Sistem navigasi.</li> <li>c. Kompabilitas (kecocokan) website/aplikasi dengan system lain.</li> <li>d. Waktu loading.</li> </ol> </li> <li>4. Keamanan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keamanan data pribadi konsumen.</li> <li>b. Keamanan transaksi keuangan.</li> <li>c. Jaminan asuransi konsumen.</li> </ol> </li> </ol>	Likert

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.36) Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk

mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *product moment*, diolah menggunakan SPSS versi 21 dengan kriteria sebagai berikut:

Prosedur pengujian :

1. Ho : data valid  
Ha : data tidak valid
2. Ho : apabila  $r_{hitung} > r(5\%)$  maka instrument valid  
Ha : apabila  $r_{hitung} < r(5\%)$  maka instrument tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Lupiyoadi (2015, p.54) Realibilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi Uji Realibilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Uji realibilitas menggunakan Rumus *alpha cronbach*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

$r_{11}$  = Realibilitas instrumen

$k$  = Banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah skor varians item

$$\sigma^2 = \text{Varians total}$$

Kriteria uji dilakukan dengan membandingkan nilai *alpha cronbach* pada interpretasi r di bawah ini:

**Tabel 3.4 Interpretasi nilai r**

Koefisien r	Kategori
0,8000 – 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

(Sumber: Sugiyono 2014, p.250)

### 3.8 Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Fishbein

Analisis data dilakukan dengan formulasi *Fishbein* untuk melihat sikap konsumen pada Tiket.com (Simamora 2004, p.207). Model formulasi *fishbien* digambarkan sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Dimana :

$A_o$  = sikap total individu terhadap obyek tertentu

$b_i$  = kekuatan kepercayaan konsumen bahwa obyek memiliki atribut  $b_i$

$e_i$  = evaluasi kepercayaan konsumen mengenai atribut  $e_i$

$n$  = jumlah kriteria atribut yang relevan.

Penilaian dengan analisis fishbein dari perhitungan nilai rentan masing-masing atribut untuk seluruh responden, lalu diformulasikan kedalam metode fishbein untuk setiap produk atau merek 'X' (Ao) yang ditampilkan kedalam suatu tabel. Pengukuran untuk atribut-atribut dalam analisis fishbein tersebut adalah sebagai berikut :

1. Variabel  $e_i$  menggambarkan evaluasi atribut ke-1 dari TRAVELOKA, PEGIPEGI.COM dan TIKET.COM yang diukur secara khas, pada skala evaluasi 5 angka yang berjajar dari sangat setuju (5), setuju (4), biasa (3), tidak setuju (2), sangat tidak setuju (1).
2. Variabel  $b_i$  menunjukkan seberapa kuat konsumen percaya bahwa TRAVELOKA, PEGIPEGI dan TIKET.COM yang diteliti memiliki penilaian atribut yang diberikan. Skala pengukuran  $b_i$  juga sama dengan  $e_i$  yaitu 5, 4, 3, 2, 1 ketentuan untuk masing-masing atribut adalah sebagai berikut :
  - a. Kemudahan
  - b. Kenyamanan
  - c. Rancangan website/aplikasi
  - d. Keamanan