

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden

1. Usia Responden

Gambaran umum mengenai konsumen tiket online berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)
17 – 27	53
28 – 38	28
39 – 50	16
> 50	3
Jumlah	100

Sumber: Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan tabel Usia, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, dapat dilihat bahwa dari jumlah keseluruhan 100 orang, responden yang paling banyak didominasi oleh responden berusia 17-27 tahun sebanyak 53 orang atau sebesar 53.0 %.

2. Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai konsumen tiket online berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	58	58.0 %
Perempuan	42	42.0 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan tabel jenis kelamin, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, dapat dilihat bahwa dari jumlah keseluruhan 100 orang, responden yang paling banyak didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58 orang atau sebesar 58.0 %.

3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Untuk mengetahui jenis pekerjaan responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	37	37.0 %
D3	12	12.0 %
S1	38	38.0 %
S2	12	12.0 %

S3	1	1.0 %
Total	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan didominasi oleh responden yang berpendidikan S1 yaitu sebanyak 38 responden atau 38,0%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban mengenai sikap konsumen terhadap Tiket online yaitu Traveloka, Pegipegi.Com dan Tiket.Com yang diukur dengan konsep kepercayaan (bi) yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden
Mengenai sikap konsumen diukur dengan Konsep Kepercayaan (bi)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		B		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kemudahan											
1	Sistem pembayaran.	34	34.0	52	52.0	14	14.0	0	0.0	0	0
2	Kemudahan pencarian sistem promosi.	40	40.0	44	44.0	15	15.0	1	1.0	0	0.0
3	Fleksibel perubahan jadwal.	37	37.0	45	45.0	17	17.0	0	0.0	1	1.0
4	Kemudahan menentukan pilihan	41	41.0	41	41.0	17	17.0	1	1.0	0	0

	destinasi.										
5	Kecepatan dalam transaksi.	17	17.0	49	49.0	30	30.0	4	4.0	0	0.0
Kenyamanan											
6	Keramahan <i>Customer Service</i> .	34	34.0	46	46.0	18	18.0	2	2.0	0	0
7	Penanganan <i>Complain</i> .	20	20.0	47	47.0	29	29.0	3	3.0	1	1.0
8	Kelancaran Sistem.	31	31.0	36	36.0	26	26.0	5	5.0	2	2.0
Rancangan Website/Aplikasi											
9	Desain dan tampilan.	20	20.0	41	41.0	31	31.0	8	8.0	0	0
10	Sistem navigasi.	21	21.0	42	42.0	31	31.0	6	6.0	0	0.0
11	Kemudahan penggunaan sistem.	6	6.0	48	48.0	36	36.0	9	9.0	1	1.0
12	Kompabilitas (Kecocokan) websie/aplikasi dengan system lain.	10	10.0	49	49.0	37	37.0	4	4.0	0	0
13	Waktu <i>loading</i> .	13	13.0	53	53.0	28	28.0	6	6.0	0	0
Keamanan											
14	Keamanan data pribadi konsumen	9	9.0	42	42.0	35	35.0	13	13.0	1	1.0
15	Keamanan transaksi keuangan.	12	12.0	42	42.0	36	36.0	8	8.0	2	2.0

16	Jaminan asuransi konsumen.	35	35.0	43	43.0	21	21.0	0	0.0	1	1.0
----	----------------------------	----	------	----	------	----	------	---	-----	---	-----

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.4 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 4 mengenai “Kemudahan menentukan pilihan destinasi” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 41 orang atau 41,0%. Sedangkan pernyataan 11 mengenai “Kemudahan penggunaan system” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 6,0%.

**Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden
Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Evaluasi Traveloka (ei)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		B		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kemudahan											
1	Sistem pembayaran.	17	17.0	51	51.0	26	26.0	3	3.0	3	3.0
2	Kemudahan pencarian sistem promosi trevel.	35	35.0	40	40.0	23	23.0	2	2.0	0	0
3	Fleksibel perubahan jadwal.	18	18.0	37	37.0	35	35.0	9	9.0	1	1.0
4	Kemudahan menentukan pilihan destinasi.	13	13.0	35	35.0	34	34.0	15	15.0	3	3.0

5	Kecepatan dalam transaksi.	19	19.0	33	33.0	38	38.0	9	9.0	1	1.0
Kenyamanan											
6	Keramahan <i>Customer Service</i> .	34	34.0	30	30.0	29	29.0	6	6.0	1	1.0
7	Penanganan <i>Complain</i> .	23	23.0	33	33.0	34	34.0	9	9.0	1	1.0
8	Kelancaran Sistem.	11	11.0	39	39.0	37	37.0	11	11.0	2	2.0
Rancangan Website/Aplikasi											
9	Desain dan tampilan.	13	13.0	39	39.0	37	37.0	10	10.0	1	1.0
10	Sistem navigasi.	5	5.0	50	50.0	34	34.0	11	11.0	0	0
11	Kemudahan penggunaan sistem.	5	5.0	39	39.0	40	40.0	14	14.0	2	2.0
12	Kompabilitas (Kecocokan) websie/aplikasi dengan system lain.	8	8.0	32	32.0	48	48.0	10	10.0	2	2.0
13	Waktu <i>loading</i> .	14	14.0	35	35.0	38	38.0	13	13.0	0	0
Keamanan											
14	Keamanan data pribadi konsumen	10	10.0	56	56.0	32	32.0	2	2.0	0	0
15	Keamanan transaksi keuangan.	29	29.0	42	42.0	24	24.0	5	5.0	0	0

16	Jaminan asuransi konsumen.	15	15.0	49	49.0	28	28.0	6	6.0	2	2.0
----	----------------------------	----	------	----	------	----	------	---	-----	---	-----

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.5 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 2 mengenai “Kemudahan pencarian system promosi travel” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 35 orang atau 35,0%. Sedangkan pernyataan 10 dan 11 mengenai “Sistem navigasi dan Kemudahan penggunaan system” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju masing – masing sebanyak 5 orang atau 5,0%.

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden
Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Evaluasi Pegi-Pegi.Com (ei)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		B		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kemudahan											
1	Sistem pembayaran.	31	31.0	43	43.0	25	25.0	1	1.0	0	0
2	Kemudahan pencarian sistem promosi.	20	20.0	40	40.0	25	25.0	13	13.0	2	2.0
3	Fleksibel perubahan jadwal.	32	32.0	41	41.0	26	26.0	0	0	1	1.0
4	Kemudahan menentukan pilihan destinasi.	30	30.0	35	35.0	27	27.0	8	8.0	0	0

5	Kecepatan dalam transaksi.	14	14.0	37	37.0	34	34.0	10	10.0	5	5.0
Kenyamanan											
6	Keramahan <i>Customer Service</i> .	23	23.0	50	50.0	25	25.0	2	2.0	0	0
7	Penanganan <i>Complain</i> .	9	9.0	40	40.0	41	41.0	9	9.0	1	1.0
8	Kelancaran Sistem.	21	21.0	39	39.0	29	29.0	10	10.0	1	1.0
Rancangan Website/Aplikasi											
9	Desain dan tampilan.	18	18.0	35	35.0	38	38.0	9	9.0	0	0
10	Sistem navigasi.	11	11.0	40	40.0	37	37.0	10	10.0	2	2.0
11	Kemudahan penggunaan sistem.	7	7.0	29	29.0	46	46.0	15	15.0	3	3.0
12	Kompabilitas (Kecocokan) websie/aplikasi dengan system lain.	13	13.0	30	30.0	44	44.0	11	11.0	2	2.0
13	Waktu <i>loading</i> .	17	17.0	35	35.0	36	36.0	12	12.0	0	0
Keamanan											
14	Keamanandata pribadi konsumen	10	10.0	43	43.0	33	33.0	10	10.0	4	4.0
15	Keamanan transaksi keuangan.	23	23.0	37	37.0	31	31.0	7	7.0	2	2.0
16	Jaminan asuransi	33	33.0	43	43.0	18	18.0	4	4.0	2	2.0

	konsumen.										
--	-----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.6 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 16 mengenai “Jaminan asuransi konsumen” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 33 orang atau 33,0%. Sedangkan pernyataan 11 mengenai “Penanganan Complain” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang atau 7,0%.

**Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden
Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Evaluasi Tiket.Com(ei)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		B		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Keamanan											
1	Sistem pembayaran.	32	32.0	52	52.0	16	16.0	0	0.0	0	0.0
2	Kemudahan pencarian sistem promosi.	40	40.0	44	44.0	15	15.0	1	1.0	0	0.0
3	Fleksibel perubahan jadwal.	35	35.0	46	46.0	18	18.0		0	1	1.0
4	Kemudahan menentukan pilihan destinasi.	42	42.0	39	39.0	18	18.0	1	1.0	0	0.0
5	Kecepatan dalam transaksi.	13	13.0	54	54.0	29	29.0	3	3.0	1	1.0
Kenyamanan											

6	Keramahan <i>Customer Service</i> .	31	31.0	50	50.0	17	17.0	2	2.0	0	0.0
7	Penanganan <i>Complain</i> .	22	22.0	42	42.0	32	32.0	3	3.0	1	1.0
8	Kelancaran Sistem.	28	28.0	40	40.0	25	25.0	5	5.0	2	2.0
Rancangan Website/Aplikasi											
9	Desain dan tampilan.	17	17.0	47	47.0	28	28.0	8	8.0	0	0
10	Sistem navigasi.	20	20.0	47	47.0	27	27.0	6	6.0	0	0.0
11	Kemudahan penggunaan sistem.	7	7.0	51	51.0	32	32.0	9	9.0	1	1.0
12	Kompabilitas (Kecocokan) websie/aplikasi dengan system lain.	9	9.0	50	50.0	36	36.0	5	5.0	0	0
13	Waktu <i>loading</i> .	11	11.0	57	57.0	26	26.0	6	6.0	0	0
Keamanan											
14	Keamanan data pribadi konsumen	9	9.0	42	42.0	35	35.0	13	13.0	1	1.0
15	Keamanan transaksi keuangan.	12	12.0	43	43.0	35	35.0	8	8.0	2	2.0
16	Jaminan asuransi konsumen.	30	30.0	40	40.0	24	24.0	6	6.0	0	0.0

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.7 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden, pernyataan 4 mengenai “Kemudahan menentukan

pilihan destinasi” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 42 orang atau 42,0%. Sedangkan pernyataan 11 mengenai “Kemudahan penggunaan system” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang atau 7,0%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diujicobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 21. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka tidak valid dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner

Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Kepercayaan (bi)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0,422	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 2	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 3	0,535	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 4	0,394	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 5	0,747	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 6	0,682	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 7	0,425	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Butir 8	0,440	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 9	0,573	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 10	0,540	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 11	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 12	0,535	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 13	0,394	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 14	0,753	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 15	0,682	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 16	0,747	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai sikap konsumen terhadap tiket online yaitu Traveloka, Pegipegi.Com dan Tiket.Com diukur dengan konsep kepercayaan (bi). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item pernyataan Mengenai sikap atas pelayanan diukur dengan Konsep kepercayaan (bi) dinyatakan valid.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner

Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Evaluasi Traveloka (ei)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0,711	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 2	0,740	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 3	0,524	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Butir 4	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,484	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,711	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,740	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,524	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,484	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 11	0,421	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,554	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 13	0,537	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 14	0,427	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 15	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 16	0,444	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai sikap konsumen diukur dengan konsep evaluasi pada Traveloka (ei). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai sikap konsumen diukur dengan evaluasi pada Traveloka (ei) dinyatakan valid.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner
Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Evaluasi Pegi-Pegi (ei)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0,448	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,595	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,513	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,772	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,741	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,772	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,426	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,513	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 11	0,595	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,391	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 13	0,489	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 14	0,448	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 15	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 16	0,772	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai sikap konsumen

diukur dengan konsep evaluasi pada pegi-pegicom (ei). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai sikap konsumen diukur dengan evaluasi Pegipegi.Com (ei) dinyatakan valid.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner
Mengenai sikap konsumen dengan Konsep Evaluasi Tiket.Com(ei)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0,388	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 2	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 3	0,552	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 4	0,413	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 5	0,673	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 6	0,658	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 7	0,430	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 8	0,453	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 9	0,659	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 10	0,597	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 11	0,654	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 12	0,552	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 13	0,413	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 14	0,678	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Butir 15	0,658	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Butir 16	0,659	0,361	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai sikap konsumen diukur dengan konsep evaluasi pada Tiket.com (ei). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai sikap atas pelayanan diukur dengan evaluasi Tiket.Com (ei) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel mengenai sikap atas pelayanan diukur dengan Konsep atribut (ei) dan Konsep Keyakinan (bi) menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 21. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Realibilitas
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 (2008, p. 87)

Berdasarkan tabel 4.12 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Konsep Kepercayaan (bi)	0,867	0,8000 – 1,000	Reliabel Sangat Tinggi
Konsep Evaluasi Traveloka (ei)	0,875	0,8000 – 1,000	Reliabel Sangat Tinggi
Konsep Evaluasi Pegi-peggi (ei)	0,883	0,8000 – 1,000	Reliabel Sangat Tinggi
Konsep Evaluasi Tiket.Com (ei)	0,863	0,8000 – 1,000	Reliabel Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.13 nilai cronbach's alpha sebesar 0,867 untuk sikap atas kepercayaan diukur dengan Konsep kepercayaan (bi) dengan tingkat reliabel Sangat tinggi. Nilai 0,875 untuk Konsep Atribut evaluasi pada Traveloka (ei) dengan tingkat reliable sangat tinggi, Nilai 0,883 untuk Konsep Atribut evaluasi pada Pegipegi.Com (ei) dengan tingkat reliable sangat tinggi dan Nilai 0,863 untuk Konsep Atribut evaluasi pada Tiket.Com (ei) dengan tingkat reliable sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

Untuk mengukur nilai sikap konsumen pada tiket online yaitu Traveloka, Pegipegi.Com dan Tiket.Com digunakan metode penghitungan Model Fishbein, adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

A_o = Sikap total individu terhadap suatu objek tersebut

b_i = Kekuatan kepercayaan konsumen bahwa objek tersebut memiliki atribut

e_i = Evaluasi terhadap atribut i

n = jumlah kriteria atribut yang relevan

Besarnya jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 konsumen. Dari setiap komponen butir pertanyaan akan diberi skor dengan skala 1 – 5 dimana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Tabel 4.14 Skor Terendah dan Tertinggi

Atribut	MINIMUM			MAKSIMUM		
	Ei	Bi	Ai	Ei	bi	Ai
Atribut 1	1	1	1	5	5	25
Atribut 2	1	1	1	5	5	25
Atribut 3	1	1	1	5	5	25

Atribut 4	1	1	1	5	5	25	
Atribut 5	1	1	1	5	5	25	
Atribut 6	1	1	1	5	5	25	
Atribut 7	1	1	1	5	5	25	
Atribut 8	1	1	1	5	5	25	
Atribut 9	1	1	1	5	5	25	
Atribut 10	1	1	1	5	5	25	
Atribut 11	1	1	1	5	5	25	
Atribut 12	1	1	1	5	5	25	
Atribut 13	1	1	1	5	5	25	
Atribut 14	1	1	1	5	5	25	
Atribut 15	1	1	1	5	5	25	
Atribut 16	1	1	1	5	5	25	
Total				16			400

Dengan rumus interval sebagai berikut :

$$\text{Skala interval} = \frac{a \cdot m - n}{b}$$

Dimana :

a = jumlah atribut

m = skor tertinggi yang mungkin terjadi

n = skor terendah yang mungkin terjadi

b = jumlah skala penilaian yang mungkin terjadi

$$\text{Skala interval} = \frac{16 \cdot 25 - 1}{5} = 76,8$$

Implikasi perhitungan skala interval adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15 Skala Interval

Skala	Nilai Sikap
$16 \leq A_o \leq 92.8$	Sangat Buruk
$92.81 \leq A_o \leq 169.6$	Buruk
$169.61 \leq A_o \leq 246.4$	Biasa
$246.41 \leq A_o \leq 323.2$	Baik
$323.21 \leq A_o \leq 400$	Sangat Baik

Pengukuran sikap konsumen yang dihasilkan terhadap suatu produk dapat bersifat positif atau negatif. Karena hal tersebut tergantung pada penilaian konsumen terhadap tiap atribut yang ada pada produk dan juga penilaian konsumen terhadap tingkat kepercayaan dan tingkat evaluasi dari tiap atribut produk tersebut. Untuk pengukuran model sikap konsumen maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Sikap} = \sum (bi) \cdot (ei)$$

Tabel 4.16 Nilai Sikap Konsumen Pada Tiket Online

$\sum (bi) \cdot (ei)$	Nilai Sikap A_o	Interpretasi
Traveloka	215.89	Biasa
Pegi-Pegi.Com	220.32	Biasa
Tiket.Com	248.93	Baik

Sumber: Data diolah berdasarkan kuisioner tahun 2018 dan data terlampir

4.5. Pembahasan

Dari hasil analisis sikap konsumen di tabel 4.16, didapatkan hasil sikap dari 3 (tiga) tiket online yaitu : Traveloka, Pegi-Pegi.Com, dan Tiket.Com didapat hasil sikap konsumen terhadap Traveloka sebesar 215,89 termasuk kedalam

kategori skala interval “Biasa”, sikap konsumen terhadap Pegi-Pegi.Com sebesar 220,32 termasuk kedalam kategori skala interval “Biasa”, dan sikap konsumen terhadap Tiket.Com sebesar 248.93 termasuk kedalam kategori skala interval “Baik”. Hasil ini sesuai dengan teori sikap adalah perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan tidak disukai oleh konsumen (Kotler dalam Etta dan Sophia, 2013p.194). Ini membuktikan bahwa sikap konsumen pada Tiket.Com mendapatkan nilai sikap yang baik dimata konsumen dilihat dari atribut kemudahan, kenyamanan dan Rancangan website/aplikasi lebih baik diantara tiket online lainnya yaitu Traveloka dan Pegi-Pegi.Com.

Kekuatan kepercayaan adalah kemungkinan yang dipercaya dari hubungan antara suatu objek dengan ciri-cirinya yang relevan. Kekuatan kepercayaan diukur dengan meminta konsumen memeringkat kemungkinan semua asosiasi dari setiap kepercayaan utama mereka. Evaluasi Kepercayaan keyakinan yaitu mencerminkan seberapa baik konsumen menilai suatu ciri. Pemasar mengukur komponen dengan meminta konsumen menyebutkan evaluasi mereka terhadap setiap kepercayaan utama. Kepercayaan konsumen akan timbul dari keyakinan terhadap kehandalan dan kualitas yang diberikan oleh perusahaan dalam pelayanan. Kepercayaan yang dialami seseorang merupakan dampak dari perbandingan antara harapan dengan kondisi sesungguhnya yang diperoleh dari produk atau jasa yang dibelinya. Jika pelayanan yang diterima lebih baik dari yang diharapkan, maka konsumen akan merasa percaya dan yakin dengan pelayanan tersebut.

