



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

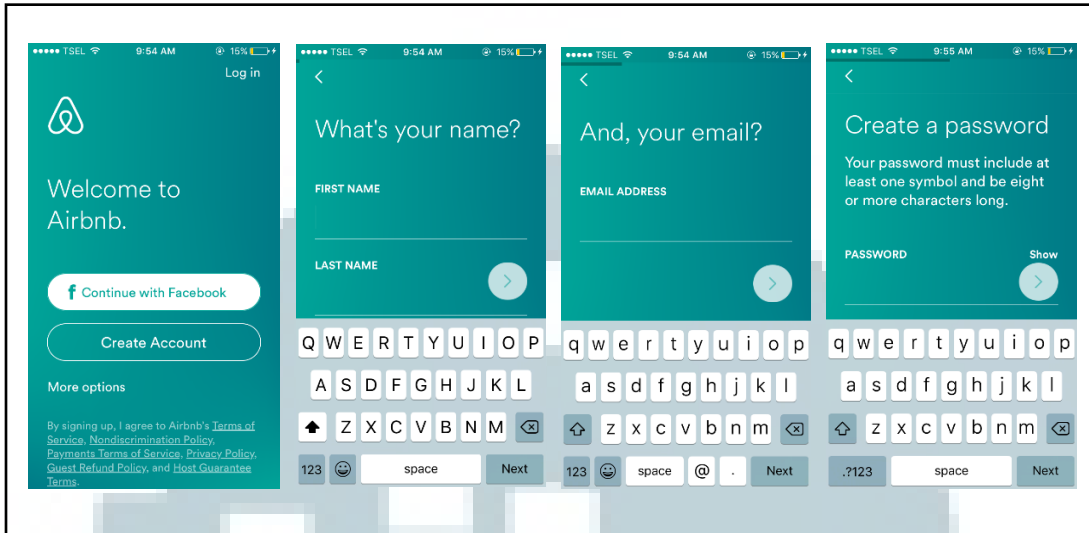
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Airbnb merupakan perusahaan penyalur jasa tempat menginap yang berdiri ditahun 2008 dan menjangkau 190 negara. Airbnb lebih dikenal sebagai *platform* bagi pihak yang ingin menyewakan dan menyewa kamar/rumah/apartemen melalui website ataupun aplikasi. Melalui Airbnb ini, penyewa ataupun pemberi sewa dapat merasakan *benefit* yang masing-masing peroleh ketika memakai aplikasi ini. Dari sisi pemberi sewa, dapat memaksimalkan kamar yang tidak terpakai di rumahnya untuk menjadi sumber penghasilan tambahan. Tidak hanya kamar, rumah atau apartemen yang tidak ditempati dapat pula disewakan melalui Airbnb sesuai kebijakan pemiliknya. Sedangkan dari sisi penyewa kamar/rumah/apartemen dapat memperoleh *local experience* dan akomodasi penginapan yang lebih murah dibanding menginap di hotel.

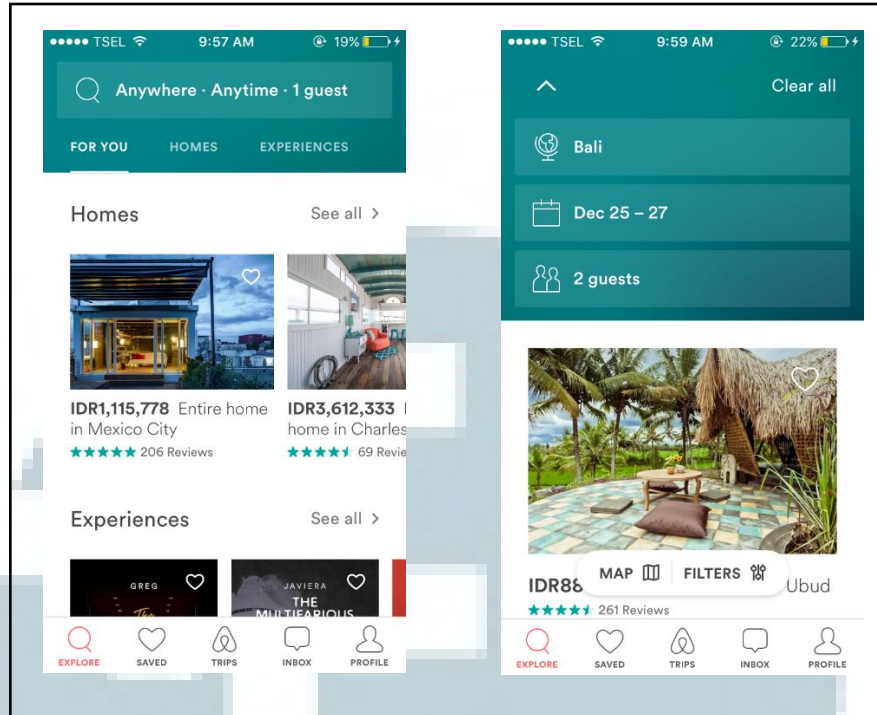
Airbnb hadir lebih mudah melalui aplikasi yang dapat diunduh oleh pengguna *smartphone*. Melalui aplikasi ini penyewa penginapan dapat memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkannya terkait penginapan yang akan dipesannya. Setelah mengunduh aplikasi ini, penyewa penginapan dapat melakukan registrasi terlebih dahulu untuk dapat melihat berbagai pilihan penginapan yang tersedia di dalam aplikasi ini.



Sumber: Aplikasi Airbnb

Gambar 3.1 *Sign in* di aplikasi Airbnb

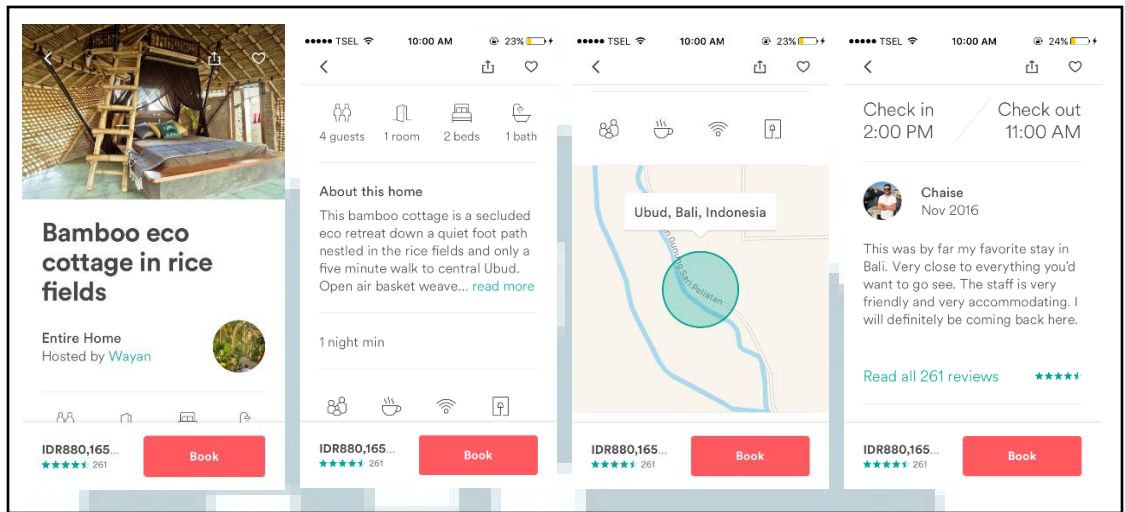
Setelah terdaftar dalam aplikasi ini, penyewa kamar dapat memilih kamar/rumah/apartemen di kota atau negara lain yang menjadi tujuan destinasi wisata. Halaman pertama yang terbuka setelah *sign in* adalah *home* yang akan membantu pencarian penginapan pengguna aplikasi ini. Pencarian penginapan dapat dilakukan dengan mengisi negara atau kota yang menjadi tujuan wisata, tanggal penyewaan dan berapa jumlah orang yang akan menginap di tempat tersebut. Berdasarkan data yang di input melalui 3 kolom tersebut, akan keluar seluruh tempat menginap yang tersedia pada tanggal yang diinginkan, sesuai dengan jumlah orang yang akan menginap dan di daerah yang telah dipilih. Dengan begitu, penyewa dapat memilih penginapan sesuai kebutuhan menginap yang diinginkannya.



Sumber: Aplikasi Airbnb

Gambar 3.2 Bagian *Home* dan *Search* di aplikasi Airbnb

Penyewa yang berminat dengan sebuah penginapan dapat melihat harga, fasilitas, letak penginapan, peraturan yang ada di penginapan tersebut, *review* untuk penginapan dan host yang ditemui ditempat tersebut. Setiap penginapan yang ada di dalam aplikasi Airbnb juga dilengkapi dengan gambar penginapan tersebut. Sehingga, penyewa dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang penginapan yang akan digunakannya sebelum memutuskan untuk melakukan pemesanan.



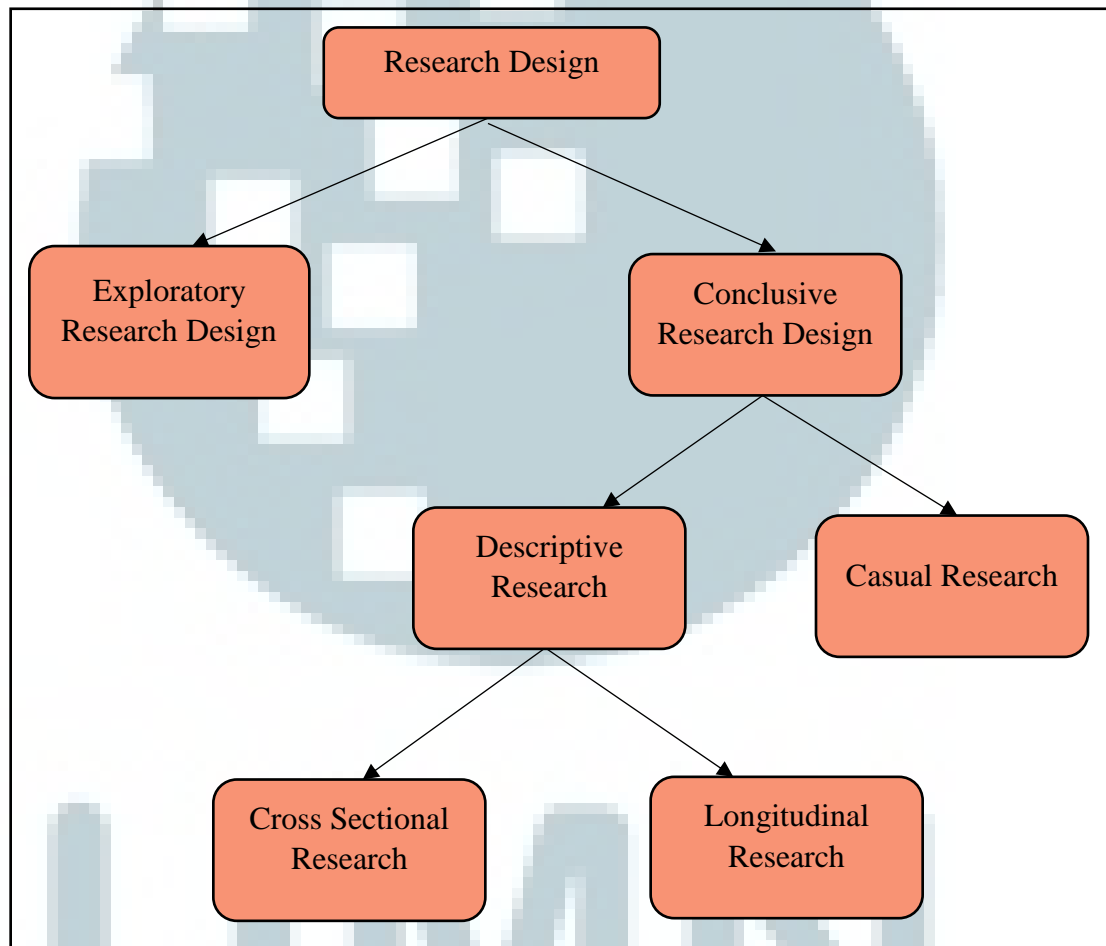
Sumber: Aplikasi Airbnb

Gambar 3.3 *Detail* Informasi Penginapan Bamboo Eco Cottage Bali

Untuk melakukan pemesanan kamar melalui Airbnb, penyewa bisa memilih tombol *book* yang ada di sisi kanan tampilan aplikasi. Setelah mengajukan pemesanan, pemilik penginapan akan memberikan konfirmasi pemesanan yang dilakukan. Pemilik penginapan dapat menolak *request* dari penyewa dengan berbagai pertimbangan. Pemesanan penginapan berhasil dilakukan ketika pemilik penginapan telah menyetujui kamar/rumah/apartementnya disewa oleh orang yang melakukan pemesanan. Pemesan penginapan dapat melakukan pembayaran setelah memperoleh konfirmasi dari pemilik penginapan. Pembayaran dilakukan kepada Airbnb untuk menjaga keamanan kedua belah pihak. Antar pemilik dengan penyewa penginapan dapat berkomunikasi secara langsung melalui kontak yang diberikan pemilik penginapan. Harga penginapan yang ada di Airbnb beragam sesuai dengan fasilitas dan kebijakan dari pemilik penginapan. Range harga penginapan di Airbnb mulai dari Rp 130.000 – Rp 5.000.000/malam.

3.2 Jenis dan Design Penelitian

Menurut Malhotra (2012) design penelitian adalah sebuah kerangka kerja untuk membangun riset penelitian dengan prosedur khusus yang dibutuhkan untuk memperoleh informasi dan menyelesaikan masalah pada riset penelitian.



Sumber: Malhotra, 2012

Gambar 3.4 Research Design

Design penelitian terdiri dari dua jenis yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design* (Malhotra, 2012):

1. ***Exploratory Research Design*** adalah penelitian yang tujuan utamanya untuk mencari sebuah gagasan dan pemahaman terhadap suatu permasalahan yang sedang dihadapi.
2. ***Conclusive Research Design*** adalah penelitian yang digunakan untuk membantu para pengambil keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih pilihan tindakan pada suatu kasus tertentu. Tujuan yang ingin dicapai melalui design penelitian ini adalah melakukan pengujian terhadap sebuah hipotesis serta hubungan-hubungan antara variable yang terdapat di dalamnya.

Conclusive Research Design terbagi menjadi dua, yaitu:

1. ***Descriptive Research*** adalah penelitian yang dirancang dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu permasalahan atau fenomena yang ada. Metode pengambilan data dapat dilakukan dengan survey, panel, observasi, atau data sekunder kuantitatif.
2. ***Causal Research*** adalah penelitian yang dirancang untuk membuktikan hubungan sebab akibat antar variable dengan metode pengambilan data eksperimen.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *Conclusive Research Design* dengan metode *Descriptive Research*. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data secara *cross sectional design* yaitu pengumpulan informasi yang dilakukan satu kali dari sample (responden) dalam satu waktu tertentu (Malhotra,

2012). Dengan cara *survey*, *survey* akan dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dengan memberikan pertanyaan terstruktur kepada sampel dari populasi dan dirancang untuk memperoleh informasi dari responden (Malhotra, 2012). Responden akan menjawab pertanyaan dengan skala 1 sampai 5 *Likert*.

Penelitian ini secara umum akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan *mobile booking application* Airbnb. Dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *perceived risk*, *perceived ease of use*, *attitude towards mobile booking apps*, *perceived price*, *product variety* dan *intention to use mobile booking application*.

3.3 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan prosedur dari penelitian ini:

1. Mengumpulkan berbagai literatur dan jurnal yang mendukung penelitian ini serta melakukan modifikasi terhadap model penelitian, hipotesis penelitian, dan menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun *draft* kuisisioner yang akan diberikan kepada responden. Pemilihan kata yang tepat pada kuisisioner bertujuan agar responden lebih mudah memahami isi dari pernyataan, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Membagikan kuisisioner kepada responden secara online. Penulis menyebarkan kuisisioner melalui sosial media yang dimiliki dan dibantu oleh teman dan

kerabat penulis untuk menyebarkan kuisioner tersebut kepada orang-orang yang mereka kenal.

4. Melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuisioner yang telah disusun kepada 41 responden terlebih dahulu sebelum melakukan penyebaran kuisioner dalam jumlah yang lebih besar. Dari 41 kuisioner yang penulis sebar, 30 kuisioner sesuai dengan kriteria responden. Maka penulis mengambil 30 kuisioner untuk *pre-test*.
5. Hasil data *pre-test* yang telah terkumpul dari 30 responden tersebut kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Apabila semua hasil telah memenuhi syarat, maka kuisioner dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu penyebaran kuisioner dalam jumlah besar.
6. Penyebaran kuisioner yang dilakukan dalam jumlah besar sesuai dengan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan teori Hair *et al.*, (2010) yang menyatakan bahwa jumlah sampel sesuai dengan jumlah indikator pertanyaan yang digunakan pada kuisioner tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan $n \times 5$. Terdapat 18 indikator pengukuran yang dimiliki penulis, dengan demikian maka diperlukan 90 responden.
7. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Malhotra (2012) populasi adalah sekumpulan elemen yang memiliki serangkaian karakteristik tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah orang mengetahui aplikasi Airbnb.

3.4.1 Sample Unit

Sample unit adalah suatu dasar yang mengandung unsur-unsur dari populasi untuk menjadi sampel (Malhotra, 2012). Sample unit dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan pemesanan penginapan sendiri, memiliki aplikasi Airbnb, pernah mengakses aplikasi tersebut, serta memiliki rencana berlibur di dalam negeri selama tahun 2017, tetapi belum pernah melakukan pemesanan penginapan melalui aplikasi Airbnb dengan rentang usia 18-37 tahun..

3.4.2 Time Frame

Malhotra (2012) menyatakan bahwa *time frame* mengacu pada jangka waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data hingga mengolahnya. *Time frame* yang dibutuhkan yaitu bulan Oktober 2016 sampai dengan Desember 2016.

3.4.3 Sample Size

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner. Dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi (Hair, *et al.*, 2010). Pada penelitian ini, penulis menggunakan $n \times 5$ dengan 18 indikator pertanyaan yang digunakan untuk

mengukur 6 variable. Sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 18 indikator pertanyaan dikali 5 sama dengan 90 responden.

3.4.4 *Sampling Technique*

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* yaitu teknik sampling tanpa menggunakan sistem peluang, tidak semua bagian dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Tetapi responden dipilih berdasarkan karakteristik atau kriteria yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian tersebut (Malhotra, 2012).

Teknik yang digunakan merupakan *judgemental sampling technique* yaitu sample unit yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis (Malhotra, 2012). Adapun alasan penulis menggunakan *judgemental sampling technique* pada proses pengambilan sampel dikarenakan penelitian ini memiliki beberapa kriteria responden yaitu orang yang pernah melakukan pemesanan penginapan sendiri, memiliki aplikasi Airbnb, pernah mengakses aplikasi tersebut, serta memiliki rencana berlibur di dalam negeri selama tahun 2017, tetapi belum pernah melakukan pemesanan penginapan melalui aplikasi Airbnb dengan rentang usia 18-37 tahun. *Judgemental sampling technique* ditunjukkan dalam kuisisioner berupa pertanyaan *screening* lebih terperinci. Pengambilan sampel berdasarkan penelitian mengenai siapa saja yang memenuhi persyaratan untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Proses pengumpulan data menggunakan metode *single cross sectional* yaitu metode pengumpulan informasi yang hanya dilakukan satu kali dalam satu waktu

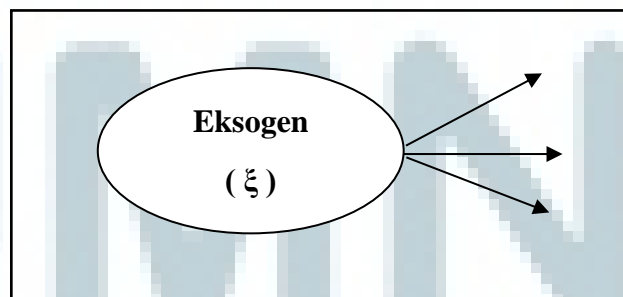
tertentu (Malhotra, 2012). Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung dan *online* melalui *google docs* kepada responden yaitu orang yang pernah melakukan pemesanan penginapan sendiri, memiliki aplikasi Airbnb, pernah mengakses aplikasi tersebut, serta memiliki rencana berlibur di dalam negeri selama tahun 2017, tetapi belum pernah melakukan pemesanan penginapan melalui aplikasi Airbnb dengan rentang usia 18-37 tahun.

3.5 Identifikasi Variable Penelitian

3.5.1 Variable Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, namun tidak dipengaruhi oleh variable lain dalam model. Notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani ξ (“ksi”) (Hair *et al.*, 2010). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang menuju keluar. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah *perceived risk*, *perceived ease of use*, *perceived price*, dan *product variety*.

Berikut adalah gambar variabel eksogen:

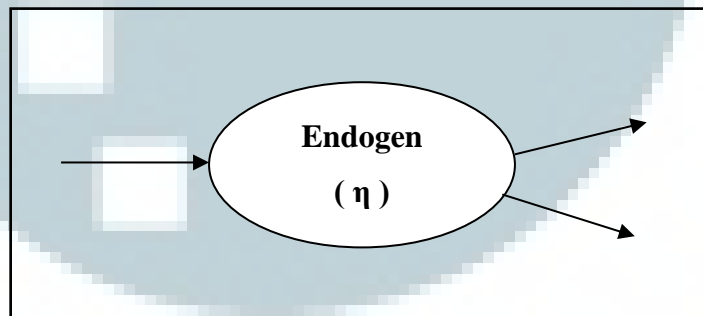


Sumber : Hair et al., 2010

Gambar 3.5 Variabel Eksogen

3.5.2 Variable Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model atau dipengaruhi oleh variabel lain dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah η (“eta”) (Hair et al., 2010). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah pada variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *attitude toward mobile booking apps* dan *intention to use mobile booking application*. Berikut adalah gambar variable endogen:



Sumber : Hair et al., 2010

Gambar 3.6 Variabel Endogen

3.5.3 Variable Teramati

Variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris, dan dapat disebut juga sebagai indikator. Pada metode *survey* menggunakan kuisioner mewakili sebuah variabel teramati. Simbol dari variabel teramati adalah bujur sangkar/kotak atau persegi panjang (Hair et al., 2010)

Pada penelitian ini, terdapat total 18 pertanyaan pada kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 18 indikator.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka dibuatlah indikator yang sesuai agar dapat mengukur *variable* secara akurat. Penggunaan indikator juga dimaksudkan untuk menyamakan persepsi dan menghindari kesalahpahaman dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis. Definisi operasional pada penelitian ini disusun berdasarkan teori yang mendasari dengan indikator pertanyaan seperti pada table 3.1. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah *likert scale 5* (lima) poin. Seluruh variabel diukur dengan skala *likert 1-5*, dengan angka satu menunjukkan sangat tidak setuju hingga angka lima menunjukkan sangat setuju.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scalling Technique
1.	<i>Perceived Risk</i>	Sifat dan jumlah risiko yang dirasakan oleh konsumen dalam merenungkan fakta dari keputusan pembelian (Bauer, 1960 dalam Akturan dan Tezcan, 2012).	1. Saya khawatir kamar yang saya pesan tidak sesuai dengan gambar yang tertera di Aplikasi Airbnb.	PR 1	Likert Skala 1-5
			2. Saya khawatir, penginapan yang saya pesan di Aplikasi	PR 2	Likert Skala 1-5

			Airbnb tidak bersih.		
			3. Saya khawatir, penginapan yang saya pesan di Aplikasi Airbnb tidak aman	PR 3	Likert Skala 1-5
2.	<i>Perceived Ease of Use</i>	Tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna sistem aplikasi dalam penggunaannya (Davis, <i>et al.</i> , 1989)	1. Saya merasa mudah mengerti penggunaan Aplikasi Airbnb (Davis <i>et al.</i> , 1989)	PEOU 1	Likert Skala 1-5
			2. Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan Aplikasi Airbnb (Akturan dan Tezcan, 2012)	PEOU 2	Likert Skala 1-5
			3. Saya merasa tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dapat menguasai Aplikasi Airbnb.	PEOU 3	Likert Skala 1-5
3.	<i>Attitude Towards Mobile Booking Application</i>	Penilaian seseorang terhadap yang disukai atau tidak disukai sehubungan dengan	1. Menggunakan aplikasi Airbnb merupakan ide yang baik (Ajzen and Fishbein,	ATMBA 1	Likert Skala 1-5

		perilaku (Lee, 2008)	1980 dalam Keong, 2016).		
			2. Saya suka dengan konsep menyewa kamar yang ada di Airbnb (Ajzen and Fishbein, 1980 dalam Keong, 2016).	ATMBA 2	Likert Skala 1-5
			3. Saya suka dengan kelengkapan informasi untuk seluruh penginapan yang ada di Aplikasi Airbnb	ATMBA 3	Likert Skala 1-5
4.	<i>Perceived Price</i>	Persepsi seseorang terhadap tingkatan harga yang ditawarkan sebuah layanan (Weninger, 2010)	1. Harga kamar yang ditawarkan melalui aplikasi Airbnb sesuai dengan <i>budget</i> saya (Liu & Zhang, 2014).	PP 1	Likert Skala 1-5
			2. Harga yang ditawarkan oleh aplikasi Airbnb masuk akal (Weninger, 2010).	PP 2	Likert Skala 1-5
			3. Harga yang ditawarkan pada setiap kamar di aplikasi	PP 3	Likert Skala 1-5

			Airbnb sesuai dengan fasilitas yang saya terima.		
5.	<i>Product Variety</i>	Banyaknya produk atau layanan yang tidak dapat konsumen temukan ditempat lain (Jarvenpaa dan todd, 1996 dalam Crespo dan Bosque, 2008)	1. Airbnb menyediakan banyak pilihan kamar sesuai dengan fasilitas yang saya inginkan (Liu & Zhang, 2014).	PV 1	Skala Likert 1-5
			2. Airbnb menyediakan banyak pilihan kamar yang menyajikan pengalaman menginap yang berbeda-beda	PV 2	Skala Likert 1-5
			3. Airbnb menyediakan banyak pilihan kamar dengan design interior yang unik	PV 3	Skala Likert 1-5
6.	<i>Intention to Use Mobile Application</i>	Keinginan seseorang untuk menggunakan sistem aplikasi. (Fishein dan Ajzen, 1975 dalam Davis <i>et al.</i> , 1989)	1. Saya akan menggunakan aplikasi Airbnb untuk memesan penginapan saat saya pergi berlibur nanti (Chemingui dan Lallouna, 2013).	ITUMBA 1	Skala Likert 1-5
			2. Saya tidak akan ragu	ITUMBA 2	Skala Likert 1-5

			untuk menggunakan aplikasi Airbnb saat saya pergi berlibur nanti (Au dan Law, 2012)		
			3. Saya merasa diuntungkan jika menggunakan aplikasi Airbnb untuk memesan penginapan saat pergi berlibur nanti	ITUMBA 3	Skala Likert 1-5

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner. Oleh karena itu, kuisioner sebagai alat ukur utama pada penelitian ini merupakan kunci dari keberhasilan penelitian. Maka, diperlukan alat ukur yang tepat, dapat diandalkan dan konsisten. Untuk menjamin ketepatan dan konsistensi kuisioner, perlu dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas terhadap kuisioner.

3.7.1.1 Uji Validitas

Sebuah indikator dapat diketahui valid setelah melalui sebuah uji validitas (Malhotra, 2012). Suatu indikator dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh indikator tersebut. Semakin tinggi

validitas akan menunjukkan semakin sah atau *valid* sebuah penelitian. Jadi validitas mengukur pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat apakah benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan uji *factor analysis* karena dengan menggunakan *factor analysis construct validity* dari kuisioner dapat diuji. *Construct validity* adalah tipe validitas yang membahas pertanyaan dengan menggunakan skala ukuran. Adapun ringkasan penting yang perlu diperhatikan dalam uji validitas dan pemeriksaan validitas yang ditunjukkan dalam table 3.2.

Tabel 3.2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i> <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.	Nilai KMO $\geq 0,5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sample, sedangkan nilai KMO $< 0,5$ mengindikasikan analisis faktor tidak memadai dalam hal jumlah sample (Malhotra, 2010).
2	<i>Barlett's Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi pada populasi. Dengan kata lain. Mengindikasikan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor	Jika hasil uji nilai signifikan $\leq 0,05$ menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan (Malhotra, 2010).

	bersifat <i>related</i> ($r=1$) atau <i>unrelated</i> ($r=0$).	
3	<i>Anti Image Matrices</i> Untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.	Memperlihatkan nilai <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) pada diagonal <i>anti image correlation</i> . Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan kriteria: Nilai MSA = 1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain. Nilai MSA ≥ 0.50 , menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut. Nilai MSA ≤ 0.50 menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA ≤ 0.50 (Malhotra, 2010).
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i> Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.	Kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki factor loading diatas 0.50 (Malhotra, 2010).

Sumber: Malhotra, 2010

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Sebuah penelitian dapat diketahui tingkat kehandalan melalui sebuah uji reliabilitas (Malhotra, 2010). Tingkat kehandalan dapat dilihat dari jawaban terhadap sebuah pernyataan yang konsisten dan stabil. Menurut Malhotra (2010) *cronbach alpha* merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel dinilai reliabel jika *cronbach alpha* nilainya ≥ 0.6 .

3.7.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model*

Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). *Structural Equation Model* (SEM) merupakan teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan beberapa aspek-aspek dalam regresi berganda yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair *et al.*, 2010).

Menurut Hair, Black, & Anderson (2010), *structural equation modeling* merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda dengan tujuan untuk menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan. Dari segi metodologi, SEM memiliki beberapa peran, yakni sebagai sistem persamaan simultan, analisis kausal linier, analisis lintasan

(*path analysis*), *analysis of covariance structure*, dan model persamaan struktural (Hair *et al.*, 2010).

Analisa hasil penelitian menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*). *Software* yang digunakan adalah *Lisrel* versi 8.8 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, hingga uji hipotesis penelitian. Beberapa tahapan untuk melihat hasil penelitian menggunakan metode SEM adalah sebagai berikut:

1. Kecocokan keseluruhan model (*overall of fit*)

Tahap pertama dari uji kecocokan ini ditujukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) antara data dengan model. Menilai *GOF* suatu *SEM* secara menyeluruh (*overall*) tidak memiliki satu uji statistik terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan prediksi model. Sebagai gantinya, para peneliti telah mengembangkan beberapa ukuran GOF yang dapat digunakan secara bersama-sama atau kombinasi.

Pengukuran secara kombinasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk menilai kecocokan model dari tiga sudut pandang yaitu *overall fit* (kecocokan keseluruhan), *comparative fit base* model (kecocokan komparatif terhadap model dasar), dan *parsimony model* (model parsimoni). Dari hal tersebut, kemudian Hair *et al.*, (2010) mengelompokkan *GOF* menjadi tiga bagian yaitu *absolute fit measure* (ukuran kecocokan mutlak), *incremental fit measure* (ukuran kecocokan *incremental*), dan *parsimonius fit measure* (ukuran kecocokan parsimoni).

Absolute fit measure (ukuran kecocokan mutlak) digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matriks korelasi dan kovarian, *incremental fit measure* (ukuran kecocokan *incremental*) digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut *null model* (model dengan semua korelasi di antara variabel nol). Sedangkan ukuran *parsimonius fit measure* (kecocokan parsimoni) adalah model dengan parameter relatif sedikit dan *degree of freedom relative* banyak. Adapun hal penting yang perlu diperhatikan dalam uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan, secara lebih rinci ditunjukkan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran *Goodness of Fit (GOF)*

Ukuran <i>Goodness of Fit (GOF)</i>	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>Statistic Chi-Square (X^2)</i> <i>P</i>	Nilai yang kecil $P > 0.05$	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index (GFI)</i>	$GFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor Fit</i>
<i>Standardized Roof Mean Square Residual (SRMR)</i> (Hair et al., 2006)	$SRMR \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$SRMR \geq 0.08$	<i>Poor Fit</i>

<i>Expected cross Validation Index</i> (ECVI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>
--	---	-----------------

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Kriteria Uji
<i>Incremental Fit Measure</i>		
<i>Tucker-Lewis Index</i> atau <i>Non-Normed Fit Index</i> (TLI atau NNFI)	NNFI ≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{NNFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	NNFI ≤ 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Normed Fit Index</i> (NFI)	NFI ≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{NFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	NFI ≤ 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Adjusted Goodness-of-Fit Index</i> (AGFI)	AGFI ≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{AGFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	AGFI ≤ 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index</i> (RFI)	RFI ≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{RFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	RFI ≤ 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Index</i> (IFI)	IFI ≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{IFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	IFI ≤ 0.80	<i>Poor Fit</i>
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	CFI ≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq \text{CFI} \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	CFI ≤ 0.80	<i>Poor Fit</i>

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat kecocokan yang bisa diterima	Kriteria Uji
-------------------------------------	--------------------------------------	--------------

<i>Parsimonius Fit Measure</i>		
<i>Parsimonius Goodness Fit Index (PGFI)</i>	$PGFI \geq 0.50$	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimonius Normed Fit Index (PNFI)</i>	Nilai tinggi menunjukkan kecocokan lebih baik	<i>Good Fit</i>
<i>Akake Information Creation (AIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>AIC saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>CAIC saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber: Wijanto (2008)

2. Kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*)

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap *construct* atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati/indikator) secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair *et al.*, 2010).

a. Evaluasi terhadap validitas (*Validity*)

Menurut Hair *et al.*, (2010) suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap *construct* atau variabel latennya jika muatan faktor standar (*standardized loading factor*) $\geq 0,50$.

b. Evaluasi terhadap reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Berdasarkan Hair *et al.*, (2010) ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \Sigma e}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\Sigma \text{std.loading}^2}{\Sigma \text{std.loading}^2 + \Sigma e}$$

Menurut Hair *et al.* (2010) suatu variabel dapat dikatakan mempunyai reliabilitas baik jika nilai *construct reliability* (CR) berada diantara ≥ 0.70 dan nilai *variance extracted* (VE) ≥ 0.50 .

3. Kecocokan model struktural (*structural model fit*)

Struktural model (*structural model*), disebut juga *latent variable relationship*. Persamaan umumnya adalah:

$$\eta = \gamma \zeta + \zeta$$

$$\eta = B\eta + \Gamma\zeta + \zeta$$

Confirmatory Factor Analysis (CFA) sebagai model pengukuran (*measurement model*) terdiri dari dua jenis pengukuran, yaitu:

- a. Model pengukuran untuk variabel eksogen (variabel bebas).

Persamaan umumnya:

$$X = \Lambda_x \xi + \zeta$$

- b. Model pengukuran untuk variabel endogen (variabel tak bebas).

Persamaan umumnya:

$$Y = \Lambda_y \eta + \zeta$$

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi:

1. ζ tidak berkorelasi dengan ξ .
2. ε tidak berkorelasi dengan η .
3. δ tidak berkorelasi dengan ξ .
4. ζ , ε , dan δ tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*).
5. $\gamma - \beta$ bersifat non singular.

Dimana notasi-notasi diatas memiliki arti sebagai berikut:

y = vektor variabel endogen yang dapat diamati.

x = vektor variabel eksogen yang dapat diamati.

η (eta) = vektor random dari variabel laten endogen.

ζ (ksi) = vektor random dari variabel laten eksogen.

ε (epsilon) = vektor kekeliruan pengukuran dalam y .

δ (delta) = vektor kekeliruan pengukuran dalam x .

λ_y (lambda y) = matrik koefisien regresi y atas η .

λ_x (lambda x) = matrik koefisien regresi y atas ζ .

γ (gamma) = matrik koefisien variabel ζ dalam persamaan struktural.

β (beta) = matrik koefisien variabel η dalam persamaan struktural.

ζ (zeta) = vektor kekeliruan persamaan dalam hubungan struktural antara η dan ζ .

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien yang diestimasi. Menurut Hair *et al.* (2010), terdapat tujuh tahapan prosedur pembentukan dan analisis SEM, yaitu:

1. Membentuk model teori sebagai dasar model SEM yang mempunyai justifikasi yang kuat. Merupakan suatu model kausal atau sebab akibat yang menyatakan hubungan antar dimensi atau variabel.
2. Membangun *path diagram* dari hubungan kausal yang dibentuk berdasarkan dasar teori. *Path diagram* tersebut memudahkan peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang diujinya.
3. Membagi *path diagram* tersebut menjadi satu set model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*).
4. Pemilihan matrik data input dan mengestimasi model yang diajukan.
Perbedaan SEM dengan teknik multivariat lainnya adalah dalam input data yang akan digunakan dalam pemodelan dan estimasinya. SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan.
5. Menentukan *the identification of the structural model*. Langkah ini untuk menentukan model yang dispesifikasi, bukan model yang

underidentified atau *unidentified*. Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut:

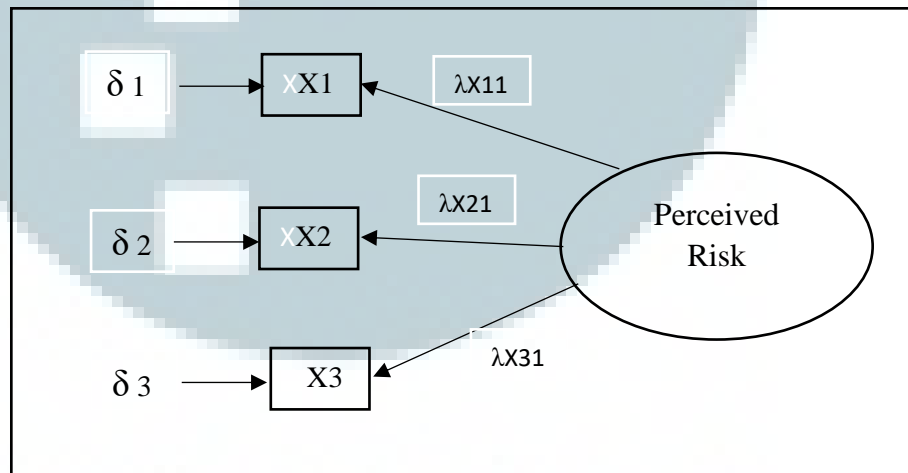
- a. *Standard Error* untuk salah satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
 - b. Program ini mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
 - c. Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya *error varian* yang negatif.
 - d. Muncul korelasi yang sangat tinggi antar korelasi estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0.9).
6. Mengevaluasi kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan. Pada tahap ini kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit* sebagai berikut:
- a. Ukuran sampel minimal 100-150 dan dengan perbandingan 5 observasi untuk setiap parameter *estimate*.
 - b. Normalitas dan linearitas.
 - c. *Outliers*.
 - d. *Multicolinierity* dan *singularity*.
7. Menginterpretasikan hasil yang didapat dan mengubah model jika diperlukan.

3.7.3 Metode Pengukuran (*Measurement Model*)

Dalam penelitian ini terdapat 6 (enam) model pengukuran berdasarkan variabel yang diukur, yaitu:

1. *Perceived Risk*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Risk*. Variabel laten ζ_1 mewakili *perceived risk* dan memiliki empat *indikator* pernyataan. Berdasarkan gambar 3.7, maka dibuat model pengukuran *perceived risk* sebagai berikut:

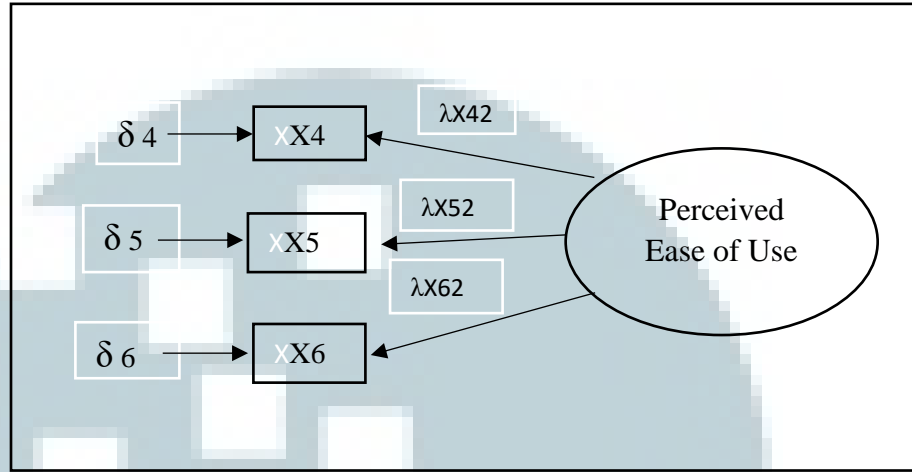


Gambar 3.7 Model Pengukuran *Perceived Risk*

2. *Perceived Ease of Use*

Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Ease of Use*. Variabel laten ζ_2 mewakili *perceived ease of use*

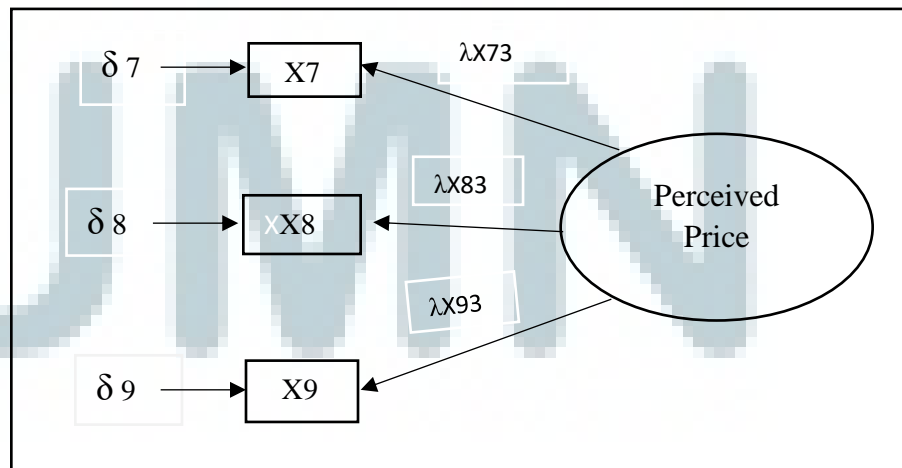
dan memiliki tiga *indikator* pernyataan. Berdasarkan gambar 3.8, maka dibuat model pengukuran *perceived ease of use* sebagai berikut:



Gambar 3.8 Model Pengukuran *Perceived Ease of Use*

3. *Perceived Price*

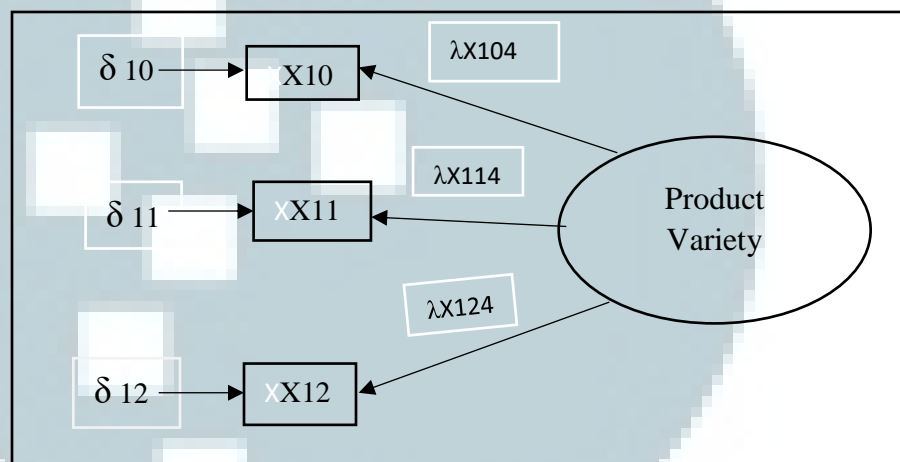
Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Perceived Price*. Variabel laten ζ_3 mewakili *perceived price* dan memiliki tiga *indikator* pernyataan. Berdasarkan gambar 3.9, maka dibuat model pengukuran *perceived price* sebagai berikut:



Gambar 3.9 Model Pengukuran *Perceived Price*

4. *Product Variety*

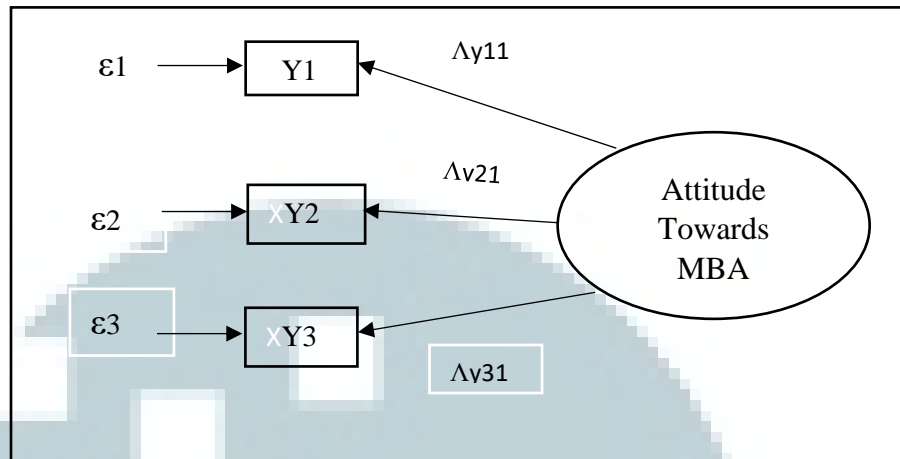
Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Product Variety*. Variabel laten ζ_4 mewakili *product variety* dan memiliki tiga *indikator* pernyataan. Berdasarkan gambar 3.10, maka dibuat model pengukuran *product variety* sebagai berikut:



Gambar 3.10 Metode Pengukuran *Product Variety*

5. *Attitude Towards Mobile Booking Application*

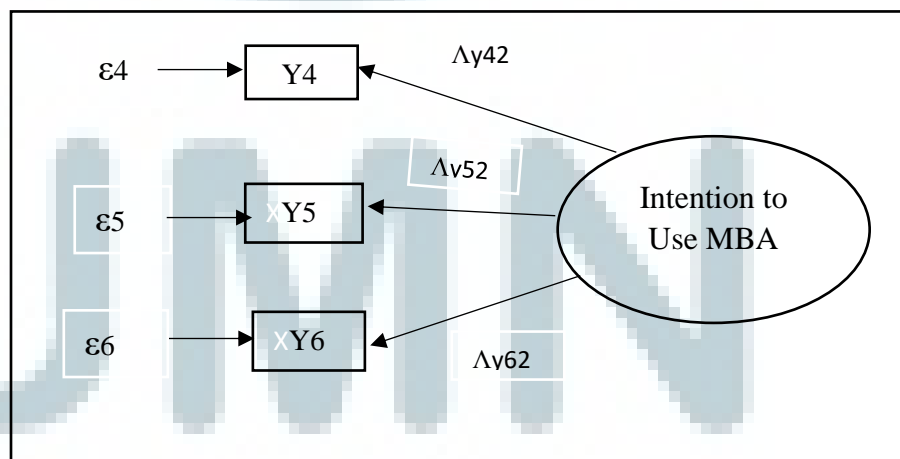
Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Attitude Towards Mobile Booking Application*. Variabel laten η_1 mewakili *attitude towards mobile booking application* dan memiliki empat *indikator* pernyataan. Berdasarkan gambar 3.11, maka dibuat model pengukuran *attitude towards mobile booking application* sebagai berikut:



Gambar 3.11 Model Pengukuran *Attitude Towards MBA*

6. *Intention to Use Mobile Booking Application*

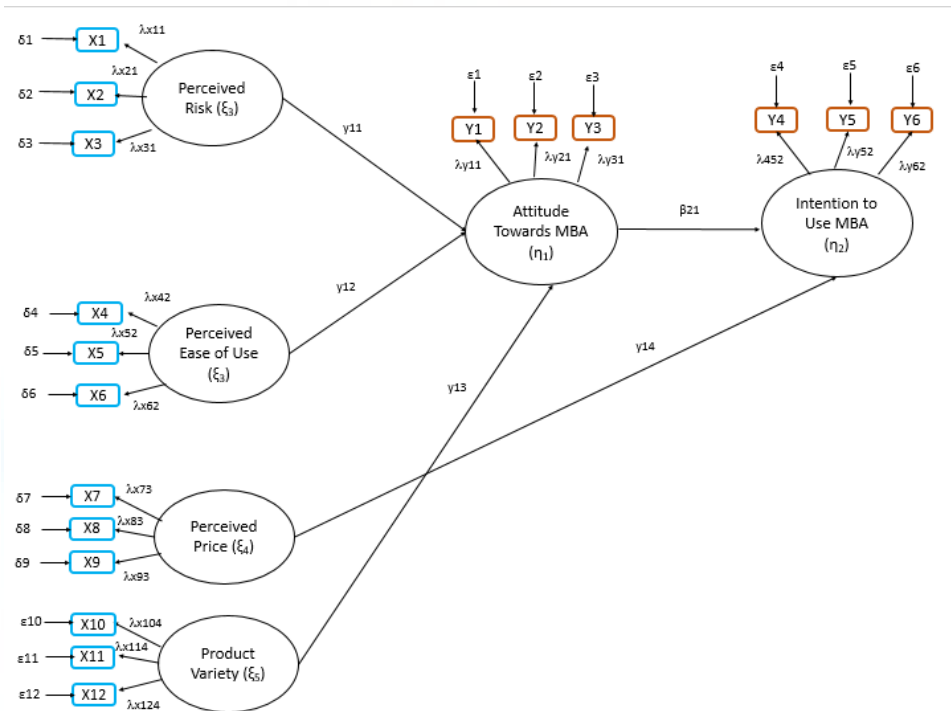
Pada penelitian ini model terdiri dari tiga pernyataan yang merupakan *first order confirmatory factor analysis* (1st CFA) yang mewakili satu variabel laten yaitu *Intention to Use Mobile Booking Application*. Variabel laten η_2 mewakili *intention to use mobile booking application* dan memiliki empat indikator pernyataan. Berdasarkan gambar 3.12, maka dibuat model pengukuran *intention to use mobile booking application* sebagai berikut:



Gambar 3.12 Model Pengukuran *Intention to Use MBA*

3.7.4 Model Keseluruhan Penelitian (*path diagram*)

Adapun model struktural penelitian ini dirangkum pada gambar 3.13



Gambar 3.13 Model Keseluruhan Penelitian (*Path Diagram*)

U
M
M
N