BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sekaran (2014:158) metode deskriptif "dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan, sikap, pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena". Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) diartikan sebagai "penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan". Metode verifikatif memanfaatkan rumus hitungan denga aplikasi IBM SPSS *Statistic* 23.

Data penelitian didapatkan dengan teknik survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan mengadakan kuesioner sebagai pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995:3). Tujuannya yaitu untuk mengumpulkan data serta mempelajari gejala atau fenomena sosial dengan jalan meneliti variabel-variabel penelitian yang dilaksanakan. Metode survei yang digunakan adalah melalui penyebaran kuesioner.

3.2 Operasional Variabel

Dalam pelaksanaan suatu penelitian,dibutuhkan pengukuran terhadap setiap variabelnya. Untuk memudahkan pengukuran, variabel tersebut disusun dalam bentuk tabel operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 OperasionalisasiVariabel

Sumber : Kotle & Armstrong (2008:159) dan (2008:179), Davis (1989)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Perkembangan teknologi komunikasi (X1) (Davis, 1989)	Persepsi kegunaan	Meningkatkan kinerja/prestasi	Skala ordinal
	Persepsi kemudahan penggunaan	Mudah untuk digunakan	Skala ordinal
	Sikap terhadap penggunaan	Suka atau tidak suka	Skala ordinal
	Minat perilaku Penggunaan	Tetap menggunakan, memotivasi pengguna lain	Skala ordinal
Perilaku konsumen (X2) (Kotler & Armstrong)	Faktor kebudayaan	Budaya, sub budaya, kelas sosial	Skala ordinal
	Faktor sosial	Kelompok referensi, keluarga, peran dan status	Skala ordinal

	faktor pribadi	Usia dan tahap, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri	Skala ordinal
	Faktor psikologis	Motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap	Skala ordinal
Keputusan pembelian (Y) (Kotler & Armstrong)	Pengenalan masalah	Kebutuhan	Skala ordinal
	Pencarian informasi	Sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik	Skala ordinal
	Evaluasi alternatif	Evaluasi, pilihan	Skala ordinal
	Keputusan pembelian	Manfaat	Skala ordinal
	Perilaku pasca pembelian	Kepuasan atau ketidak puasan, teman, menggunakan kembali	Skala ordinal

3.2.1 Variable Penelitian

Variabel merupakan objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variable merupakan apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang berbeda. Menurut Sekaran (2014:116) ada empat jenis variable utama, yaitu :

1) Varibel terikat (dependen variabel, disebut juga *variable criteria-criterion variable*)

2) Variabel bebas (dependen variabel, disebut juga *variable predictor-predictor variable*)
3) Variabel moderator (*moderating variable*)
4) Variabel antara (*intervening variable*)

Penelitian ini dirancang untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variable. Rancangan penelitian ini termasuk penelitian korelasinal, yaitu penelitian yang dilakukan dengan maksud menganalisis hubungan antar variabel. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan hipotesis :

1) Variabel independen, variabel independen pada penelitian ini adalah perkembangan teknologi komunikasi
2) Variabel dependen, variabel dipenden pada penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen.
3) Variabel *intervening*, variabel *intervening* pada penelitian ini adalah perilaku konsumen

3.2.1.1 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah memahami dan membuat variabel terikat, menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Dengan kata lain, variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Melalui analisis terhadap variabel terikat (yaitu, menemukan variabel yang mempengaruhinya), adalah mungkin untuk menemukan jawaban atau solusi

atas masalah. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen.

3.2.1.2 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif. Yaitu, jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir, dan dengan setiap unit kenaikan atau penurunan dalam variable bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variable terikat. Dengan kata lain, variasi variable terikat ditentukan oleh variable bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas perkembangan teknologi komunikasi

3.2.1.3 Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* secara teoritis akan mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak antara variabel independen dan dependen. Sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi munculnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening adalah perilaku konsumen.

3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data

3.3.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka, menunjukan nilai besaran,

atau variabel yang diwakilinya. Menurut Sekaran (2006:65) "data sekunder mengacu kepada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Data tersebut bisa merupakan internal atau eksternal organisasi dan diakses melalui *internet*, penelusuran dokumen, atau publikasi informasi. Terdapat beberapa sumber data sekunder (*sources of seconddary data*), termasuk buku dan majalah, publikasi pemerintah mengenai indikator ekonomi, data sensus, ikthisar statistik, basis data, media laporan tahunan perusahaan, dan sebagainya". Data primer merupakan data yang mengacu kepada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Data primer dapat bersumber dari responden individu, kelompok fokus, dan panel yang ditentukan secara khusus ditentukan oleh peneliti dan dimana pendapat bisa dicari terkait persoalan tertentu dari waktu ke waktu, atau sumber umum seperti majalah, buku. *Internet* juga dapat menjadi sumber data primer jika kuisioner disebarkan melalui *internet* (Sekaran 2006:61)

Data yang akan diolah dari penelitian ini adalah data tentang perkembangan teknologi komunikasi pengaruhnya terhadap perilaku konsumen dan dampaknya kepada keputusan pembelian konsumen taksi *online* di Kota Bandung. Adapun data-data dalam peneltian ini diperoleh dari :

1) Studi pustaka
2) Mempelajari literatur, majalah, surat kabar, jurnal, dan media informasi lainnya yang berkaitan penelitian ini.
3) Data sekunder dari penyebaran kuisioner

4) Melakukan penelitian dan melakukan pengamatan dilapangan, selain itu, data sekunder juga diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada konsumen taksi *online*
5) Observasi langsung (melihat langsung dilapangan tentang fenomena taksi *online*)

3.3.2 Cara Penentuan Data

1) Populasi

Menurut Sekaran (2006:121) "populasi mengacu kepada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi". Menurut Sugiyono (2013:117) populasi adalah "wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Berdasarkan pengertian tersebut yang menjadi sasaran populasi dalam penelitian ini adalah konsumen angkutan umum taksi *online* yang bertempat tinggal di Kota Bandung.

2) Besaran Sampel

Menurut Sekaran (2006:123) sampel adalah "sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk elemen sampel". Jadi sampel adalah subkelompok atau sebagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.

Berdasarkan pengertian diatas sampel dari penelitian ini adalah: Konsumen angkutan taksi *online* Kota Bandung yang termasuk Generasi Y. Generasi Y merupakan generasi yang lahir antara tahun 1980-2001 (Anantatmula dan Shrivastav dalam Fatimah (2015:403) Usia produkif seseorang menurut Badan Pusat Statistik adalah usia antara 15-64 tahun. Berdasarkan teori Generasi Y maka pada tahun 2017 ini, usia tertua generasi Y adalah berkisar 36-37. Sedangkan menurut Natali Yustisia yang dikutip dalam dosen.perbanas.id pada tanggal 13 Oktober 2016 mengatakan bahwa "Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi *millenial* atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *email*, SMS, instan *messaging* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Mereka juga suka main *game online"*.

Generasi Y merupakan generasi yang hidup ditengah perkembangan teknologi. Generasi Y sangat akrab dengan *internet* dan aktif menggunakan media sosial. Mereka sangat *techno-minded* dan berinteraksi lebih banyak melalui *gadget* (Skype, Whatsapp, Twitter, Facebook dan lain-lainnya). Menurut Angela dan Efendi (2015:81) "generas Y sering disebut sebagai generasi *echo boom*, dan lebih dikenal dengan generasi teknologi. Generasi *echo boom* merupakan generasi yang memahami permainan iklan, sehingga tidak merespon permainan marketing dalam memasarkan produknya. Generasi ini juga merupakan generasi yang akrab dengan teknologi, karena telah difasilitasi dengan komputer di rumah, sekolah, dan tempat bekerja. Generasi

ini menggunakan e-mail, *cell-phone*, dan SMS untuk berkomunikasi. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa generasi paling akrab dengan teknologi adalah generasi Y. Tujuan penulis mengambil generasi Y adalah untuk langsung mencari tahu faktor-faktor apa saja yang nantinya mempengaruhi Perubahan keputusan pembelian konsumen taksi *online* di Kota Bandung. karena Generasi Y merupakan pengguna aktif dengan tingkat penggunaan teknologi yang sering setiap harinya. Untuk beberapa kasus pada generasi X atau *baby boomer* berdasarkan observasi langsung yang penulis amati ditemukan beberapa diantara mereka ada yang menggunakan taksi *online* melalui perantara generasi Y yang merupakan bagian dari keluarga mereka. Disamping itu untuk generasi millinial dinilai belum mampu untuk mengambil keputusan secara independen dengan baik dan kegiatan mereka selain pendidikan masih belum banyak. Sehingga agar faktor-faktor tersebut bisa didapatkan secara signifikan penulis mengambil generasi Y sebagai sampelnya

Dalam penelitian ini untuk umur tertua dibulatkan menjadi 34 tahun. Sedangkan Untuk usia termuda antara 15-16 tahun pada tahun 2017. Sementara untuk usia termuda akan dibatasi dari umur 20 tahun. Hal ini dikarenakan pada umur 15-19 tahun masih banyak dari masyarakat yang menempuh pendidikan SMA dan awal masuk kuliah serta masih banyak yang meganggur karena baru lulus pendidkan SMA, sehingga secara umum kegiatan mereka masih belum terlalu banyak. Jadi dalam penelitian ini dibatasi antara umur 20-34 tahun.

Dalam penelitian ini jumlah populasi dari pengguna taksi *online* tidak diketahui secara pasti jumlah penggunanya, sehingga dalam penelitian ini

penulis menggunakan rumus Bernaulli untuk menentukan besaran jumlah sample dari penelitian ini.

$$n = \frac{(z\frac{\alpha}{2})^2 \text{ p x q}}{e^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

Z = nilai yang di dapat pada table normal standart

Dengan peluang $\frac{\alpha}{2}$

p = probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

q = probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel

α = tingkat ketelitian

e = tingkat kesalahan

Menurut Zikmund dalam Saputri (2016:294) dengan "tingkat ketelitian (α) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96, nilai e (tingkat signifikasi/eror) sebesar 5%. Probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel dan sebagai sampel masing-masing sebesar 0,5% sehingga jumlah sampel yang di dapat akan sebanyak 385 respondent". Dalam penelitian ini penulis menggunakan tingkat ketelitian (α) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan nilai Z yang didapat = 1,96, nilai e (tingkat signifikasi/eror) sebesar 10%. Probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel dan sebagai sampel masing-masing sebesar 0,5% sehingga

jumlah sampel yang di dapat akan sebanyak 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 respondent.

3) Teknik Sampel

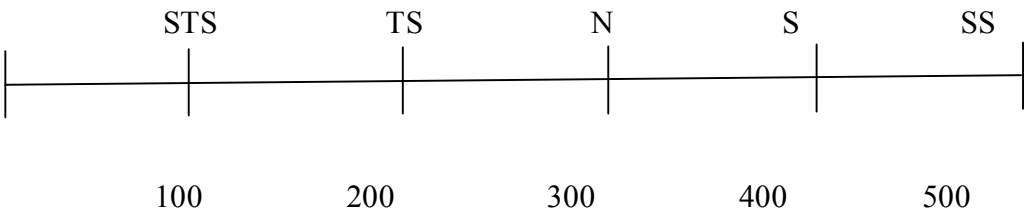
Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability* sampling dengan metode *incidental* sampling. *Sampling* Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2012:96**)**. Penulis akan mencari sumber sampel di wilayah Kota Bandung antara umur 20-34 tahun dengan berbagai latar belakang status yang dirasa cocok untuk mengisi kuisioner penelitian ini.

4) Teknik Skala

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan dalam pembuatan kuisioner adalah skala linkert. Menurut Sekaran (2006:31) “skala linkert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik”. Menurut Sugiyono (2011:93) adapun untuk susunan 5 titik tersebut adalah sebagai berikut

1. Sangat tidak setuju (STS) = 1
2. Tidak setuju (TS) = 2
3. Netral (N) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat setuju (SS) = 5

Data interval tersebut juga dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring setiap jawaban dari responden. Jumlah skor ideal untuk seluruh item dengan 100 responden = 5 x 100 = 500 (seandainya semua menjawab Sangat setuju) dan jumlah skor terendah = 1 x 100 = 100. Secara kontinum dapat di gambarkan sebagi berikut (Sugiyono, 2011:95) :



Gambar.3.1 Skala Linkert Secara Kontinum (Persentase)

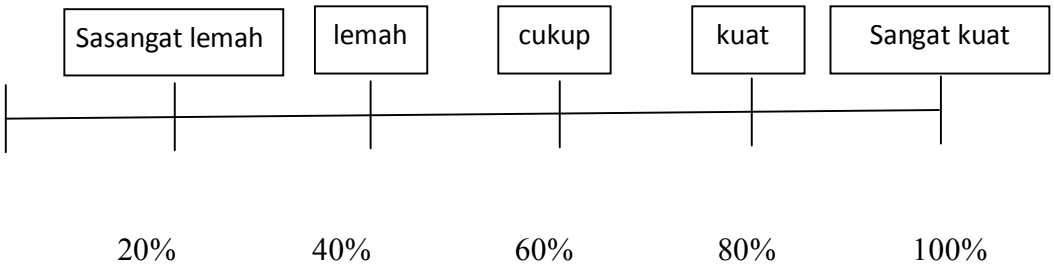
Sumber : Sugiyono (2009:95)

Pada dasarnya setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat neagatif (Sugiyono, 2011:93). Adapun cara menghitung skor dalam penelitian menurut Riduwan & Kuncoro (2014:22) adalah sebagai berikut :

a. Jumlah skor untuk STS x 1 = …
b. Jumlah skor untuk TS x 2 = …
c. Jumlah skor untuk N x 3 = …
d. Jumlah skor untuk S x 4 = …
e. Jumlah skor untuk ST x 5 = …

Semua hasil tersebut dijumlahkan dan didapatkan nilai rata-rata. Untuk menghitung dalam bentuk persentase digunakan perhitungan jumlah semua

data tersebut/500*100%. Jadi Secara kontinum menurut Riduwan & Kuncoro (2014:22) dapat digambarkan sebagai berikut dalam bentuk persentase :



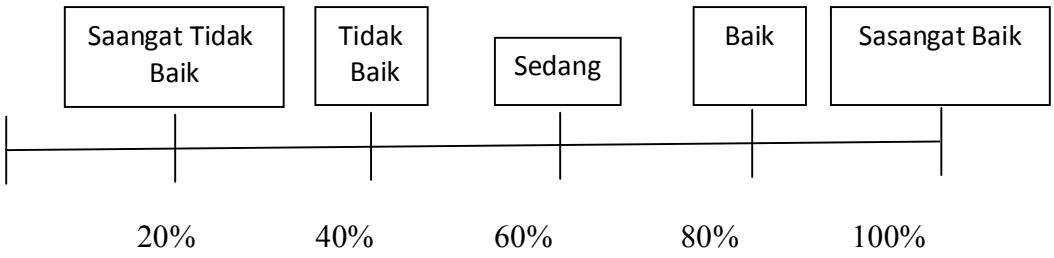
Gambar.3.2 Skala Linkert Secara kontinum

Sumber : Riduwan & Kuncoro (2014:22)

Adapun untuk keterangan kriterianya sebagai berikut :

a. Angka 0% - 20% = sangat lemah
b. Angka 21% - 40% = lemah
c. Angka 41% - 60% = cukup
d. Angka 61% - 80% = kuat
e. Angka 81% - 100% = sangat kuat

Maka dengan menggunakan teori yang diutarakan oleh Sugiyono dan Riduwan dalam perhitungannya maka secara kontinum penulis mengambarkan dalam bentuk sebagai berikut :



Gambar.3.3 Skala Linkert Secara Kontinum (Persentase)

Sumber : Olahan Data Penelitian 2017

Adapun untuk keterangan kriterianya sebagai berikut :

a. Angka 0% - 20% = sangat tidak baik
b. Angka 21% - 40% = tidak baik
c. Angka 41% - 60% = sedang
d. Angka 61% - 80% = baik
e. Angka 81% - 100% = sangat baik

3.4 Teknik Pengujian Data

3.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Intrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur tepat dalam mengukur suatu data, dengan kata lain untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan memang mengukur sesuatu yang ingin diukur.

Untuk mengetahui kevalidan dari instrument yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasikan setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan total skor masing-masing variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 atau 0,01 (Putra dkk (2014:177). Tinggi rendahnya validitas instrumen akan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Secara umum ada dua rumus atau cara uji validitas yaitu dengan Korelasi Bevariate Pearson dan *Corrected Item-Total Correlation*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation*. Data dianggap jika :

1) Jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2) Jika r nilai *Corrected Item-Total Correlation* < r tabel (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan *softwere* IBM SPSS *Statistic* 23.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Azwar dalam Matondang (2009 : 93) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan salah-satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik.

Arifin dalam Matondang (2009: 93) menyatakan bahwa "suatu tes dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama bila diteskan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda".

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Reliabilitas dapat diartikan sebagai keterpercayaan, keterandalan, atau konsistensi. Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila pelaksaan pengukuran dalam beberapa kali terhadap subjek yang sama diperoleh hasil relative sama, artinya mempunyai konsistensi pengukuran yang baik. Koefisien realibilitas berkisar antara 0-1. Semakin tinggi kefisien reliabilitas (mendekati angka 1), maka semakin *reliable* alat ukur tersebut Yamin dan Kurniawan (2014:282)

Pengujuan reabilitas instrument dilakukan dengan metode Alpha (Cronbach's) melalui bantuan *softwere* IBM SPSS *Statistic* 23. Metode Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50). Rumus manual dari metode Alpha (Cronbach's) adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right) \text{..} (3)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

s_t^2 = Varian total

Untuk kriteria pengujiannya menurut (Putra dkk (2014:178) adalah sebagai berikut :

1) jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna.
2) Jika alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi.
3) Jika alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat.
4) Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Menurut Yamin dan Kurniawan (2014:284) "untuk reliabilitas dari setiap variabel, dapat dilihat dari table *Reliability Statistic* dimana jika nilai Cronbach'salpha (>0,7) maka semua item pertanyaan tersebut reliabel. Untuk melakukan uji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan *softwere* IBM SPSS *Statistic* 23.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah salah satu persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Terdapat lima uji asumsi klasik: uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas. Untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan *softwere* IBM SPSS *Statistic* 23 dengan empat uji asumsi klasik:

1) Uji normalitas: pengujian nromalitas residual dapat dilihat dari grafik P-Plot (Yamin & Kurniawan 2014:85). Apabila setiap pancaran data residual berada berada di sekitar garis lurus melintang, maka diktakatakan bahwa residual mengikuti fungsi distribusi normal. Pengujian normalitas juga dapat

menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (Santoso, 2010:214). Kriteria yang berlaku :

a. Jika nilai signifikasi < tingkat signifikasi (0,05 atau 5%), artinya residual tidak berdistribusi normal.
b. Jika nilai signifikasi > tingkat signifikasi (0,05 atau 5%), artinya residual berdistribusi normal.

2) Uji multikolinieritas: menurut Gozali (2011: 105) "bertujuan untuk menguji model regresi yang ditemukan korelasi antara variabel bebas atau independen". Ada tidaknya hubungan dapat dilihat melalui VIF *(varian inflation factor)*, dengan batas nilai 10, dan jika nilai VIF<10, ini berarti tidak terjadi multikolinieritas atau tidak terdapat hubungan linier yang sangat tinggi antara variabel independen (Yamin & Kurniawan 2014:90)
3) Uji heterokedastisitas: uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi memiliki kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas dapat menggunakan uji Glejser (Santoso, 2010:209). Pada uji Glejser tersebut yang harus dilakukan adalah meregresikan nilai mutlak residual terhadap variabel bebas. Kriteria ini berlaku jika nilai *sig.* Uji t > 0,05, maka artinya varian residual sama (homokedastisitas)/tidak heterokedastisitas. Disamping itu uji heterokedastisitas juga dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot. Pancaran data yang menyebar secara acak menggambarkan bahwa tidak adanya problem heteroskadestisitas pada residul (Yamin & Kurniawan, 2014:81)

4) Uji linieritas: Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Pengujian ini menggunakan uji F memanfaatkan *softwere*. Kriteria yang digunakan yaitu regresi dikatakan linier jika F hitung < F tabel, selain itu data dapat dikatakan linier jika nilai signifikansi lebih besar dari alpha yang ditentukan yaitu 5% (Imam Ghozali, 2009: 154).

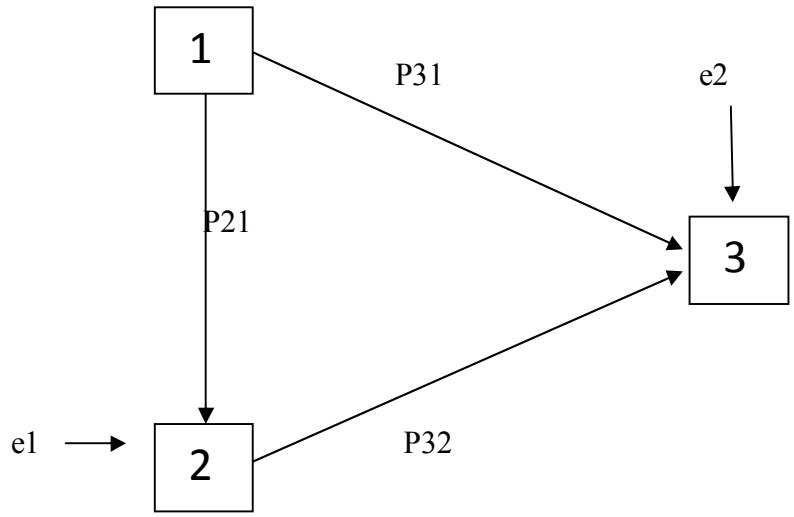
Untuk melakukan uji asumsi klasik dalam penelitian ini, penulis menggunakan *softwere* IBM SPSS *Statistic* 23.

3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.5.1 Rancangan Analisis

Dalam rancangan analisis penelitian ini penulis menggunakan metode model *path analisis*. Model *path analisis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*) (Riduwan & Kuncoro, 2014:2). Menurut Al rasyid dalam Riduwan & Kuncoro (2014:115) mengatakan bahwa "dalam penelitian sosial tidak semata-mata hanya mengungkapkan hubungan variabel sebagai terjemahan statistik dari hubungan antara variabel alami, tetapi terfokus kepada upaya untuk mengungkapkan hubungan klausal antar variabel".

Model *path analisis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Mediated Path Model yang dikemukakan oleh Scumacker dan Lomax dalam Riduwan & Kuncoro (2014:3).



Gambar. 3.4 Model *Path analisis* Mediated Path Model

Sumber : Scumacker dan Lomax dalam Riduwan & Kuncoro (2014:3)

Dengan persamaan structural P = PYX1 + PYX2 + PYX3 (Yamin & Kurniawan, (2014:155). Analisis korelasi dan regresi merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. Pada diagram jalur digunakan dua macam anak panah, yaitu anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh langsung dari sebuah variabel eksogen (variabel penyebab (X) terhadap sebuah variabel endogen (variabel akibat (Y) dan anak panah dua arah yang menyatakan hubungan korelasi antara variabel eksogen. Dalam penelitian ini hubungan yang digunakan adalah anak panah satu arah.

Langkah-langkah menguji path analysis menurut Riduwan & Kuncoro (2014:116) adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural
2) Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
3) Menghitung koefisien jalur secara simultan
4) Koefisien jalur secara individu
5) Meringkas dan menyimpulkan

3.5.2 Uji Hipotesis

Menurut Sekaran (2014:134) Hipotesis merupakan "hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Dengan menguji hipotesis dan menegaskan perkiraan hubungan, diharapkan bahwa solusi dapat ditemukan untuk mengatasi masalah yang di hadapi". Menurut Sugiyono (2009:159) yang dimaksud dengan hipotesis adalah "jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian". Menurut Supangat (2006:296) mendefinisikan bahwa pengujian hipotesis adalah "Pengujian Hipotesis adalah membuat kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan dan atau pembenaran dari permasalahan yang akan ditelaah."

Dalam menentukan hipotesis statistik terdapat dua hipotesis yaitu hipotesis nol (H_0) dan alternatif (H_a). Menurut Sekaran (2014:138) hipotesis nol adalah "proposisi yang menyatakan hubungan yang definitif dan tepat diantara dua variabel. Yaitu, hipotesis ini menyatakan bahwa korelasi populasi antara dua

variabel adalah sama dengan nol atau bahwa perbedaan dalam mean (rerata hitung) dua kelompok dalam populasi adalah sama dengan nol (atau suatu angka tertentu). secara umum, pernyataan nol diungkapkan sebagai tidak ada hubungan (signifikan) antara dua variabel atau tidak ada perbedaan (signifikan) antara dua kelompok". Sedangkan hipotesis Ha menurut Sekaran (2014:138) hipotesis adalah "yang merupakan kebalikan dari hipotesis nol, adalah pernyataan yang mengungkapkan hubungan antara dua variabel atau menunjukan perbedaan antara kelompok". Adapun perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) H_0 : $\rho = 0$, Perkembangan teknologi komunikasi, perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen tidak berada dalam kategori baik pada konsumen angkutan umum taksi *online* di Kota Bandung.

   Ha : $\rho \neq 0$, Perkembangan teknologi komunikasi, perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen berada dalam kategori baik pada konsumen angkutan umum taksi *online* di Kota Bandung

2) H_0 : $\rho = 0$ perkembangan teknologi komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen taksi *online* di Kota Bandung

   Ha : $\rho \neq 0$ perkembangan teknologi komunikasi berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen taksi *online* di Kota Bandung

3) H_0 : $\rho = 0$ perkembangan teknologi komunikasi dan perubahan perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara simultan maupun parsial pada konsumen taksi *Online* di Kota Bandung

Ha : ρ ≠ 0 perkembangan teknologi komunikasi dan perubahan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara simultan maupun parsial pada konsumen taksi *Online* di Kota Bandung

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa pengujuian hipotesis diantaranya :

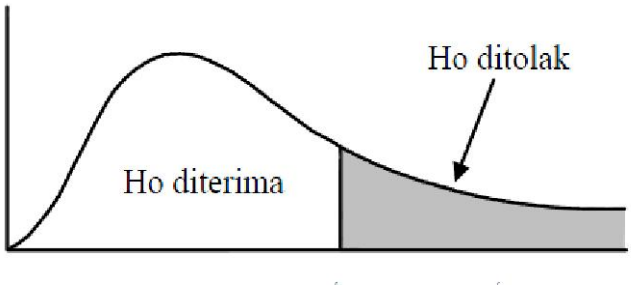
1) Analisis statistik deskriptif: teknik analisis ini bermaksud untuk mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa melakukan generalisasi. Statistik deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian
2) Uji t / uji parsial: uji-t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel indepeden yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali dalam Natan, 2005:55). Kesimpulan dapat diambil dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table dimana Ha diterima jika t hitung > t table. Disamping itu juga bisa melihat nilai signifikansi yang terdapat dalam tabel Koefisien Regresi/*Coeficients* dengan kriteria Ha diterima jika nilai signifikansi masing-masing variabel independen < tingkat signifikansi , di mana adalah 5% (0,05). Adapun untuk grafik daerah penentuan Ho pada uji t / uji parsial dapat digambarkan sebagai barikut:



Gambar. 3.5 Daerah Penentuan Ho Pada Uji T / Uji Parsial

Sumber : Priyatno (2008:65)

3) Uji F / Uji Simultan: uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Dalam uji F Ha diterima jika F hitung > F table. Disamping itu juga bisa dilihat dari nilai Signifikansi. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) , 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. dalam hal ini Ha diterima jika nilai sig. uji F < 0,05. Adapun untuk grafik daerah penentuan Ho pada uji f / uji simultan dapat digambarkan sebagai barikut :



Gambar. 3.6 Daerah Penentuan Ho Pada Uji F / Uji Simultan

Sumber : Priyatno (2008:83)

Dalam melakukan uji hipotesis, penulis menggunakan data dengan skala interval. Skala interval menunjukan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama. Analisis yang digunakan adalah analisis parametrik (uji t/parsial dan uji f/simultan), Skala interval sangat sering digunakan untuk mengukur gejala dalam penelitian sosial (Riduwan & Kuncoro, 2014:18). Data kusioner yang didapat menggunakan skala ordinal maka dari itu penulis

melakukan transformasi data dari ordinal ke interval dengan menggunakan metode MSI (*Method Of Successive Interval*) dengan memanfaatkan program Excel For Windows.

3.5.3 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menerapkan tahapan teknik pengolahan data berdasarkan yang dikemukakan oleh Sekaran (2006:169) diantaranya :

1) Mengedit data: data harus diedit, khususnya jika data berkaitan dengan respons terhadap pertanyaan terbuka dalam wawancara atau kuisioner, atau observasi tidak terstruktur.
2) Menangani respon kosong: tidak semua responden menjawab setiap item dalam kuisioner. Jawaban mungkin dibiarkan kosong karena responden tidak memahami pertanyaan, tidak mengetahui jawaban, tidak ingin menjawab, atau sekedar tidak tertarik untuk menjawab seluruh pertanyaan.
3) Mengodekan: metode ini dilakukan dengan menelusur setiap kuisioner untuk tiap item, menghindarkan kebingunan, terutama jika terdapat banyak pertanyaan dan sejumlah besar kuisioner.
4) Kategorisasi: hal ini berguna untuk membuat skema untuk mengategorikan variabel, sehingga beberapa item yang mengukur suatu konsep dapat semuanya dikelompokan bersama.
5) Memasukan data: bila data kuisioner tidak dikumpulkan pada lembar jawaban *scanner*, yang dapat secara langsung dimasukan kedalam komputer sebagai arsip data, data mentah harus secara manual dimasukan ke dalam komputer.