

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Subjek Penelitian**

1. Objek pada penelitian ini adalah Maskapai Lion Air.
2. Subjek pada penelitian ini adalah Masyarakat pengguna maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta.

#### **B. Jenis Data**

Dalam penelitian ini termasuk dalam data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (*skoring*) (Sugiono, 2010). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2010).

#### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono 2010). Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono 2010). Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Nonprobability sampling* yang dipilih adalah "*purposive sampling*" yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono 2010). Kriteria yang digunakan adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air lebih dari 2x.

Sampel yang dipilih adalah responden yang dekat dengan lokasi penelitian karena mengingat adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya dalam melakukan penelitian. Dalam Ferdinand (2006), ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Dalam penelitian ini digunakan ukuran sampel yaitu dengan mengalikan jumlah seluruh indikator ( $15 \text{ indikator} \times 8 = 120$ ). Sehingga dalam penelitian ini menyebarkan 120 kuesioner kepada masyarakat pengguna maskapai penerbangan Lion Air di Yogyakarta.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner / angket. Kuesioner yang dibuat ditujukan untuk diisi oleh responden yang terpilih sesuai kriteria penelitian.

#### **E. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian**

Variabel penelitian

##### **1. Variabel bebas atau Independen (Eksogen)**

Variabel bebas (Eksogen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiono 2010). Variabel Eksogen dalam penelitian ini adalah Kewajaran harga (X1) dan Citra Perusahaan (X2).

##### **2. Variabel terikat atau Dependent (Indogen)**

Variabel terikat (Indogen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiono 2010). Variabel Indogen dalam penelitian ini adalah Kepuasan (Y1) dan Loyalitas (Y2).

## Definisi operasional

Tabel 3.1  
Definisi Operasional

Variabel penelitian	Definisi	Sumber	Indikator
Kewajaran Harga (X1)	Kewajaran harga adalah suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses yang dapat diterima oleh pelanggan.	Consuegra <i>et al.</i> (2007)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas layanan</li> <li>2. Referensi tingkat harga</li> <li>3. Harga yang ditetapkan dapat diterima</li> <li>4. Harga yang ditetapkan adalah sebuah etika</li> </ol>
Citra Perusahaan (X2)	Citra perusahaan adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu.	Andreassen dan Lindestad (1997)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Advertising</i></li> <li>2. <i>Public relation</i></li> <li>3. <i>Physical image</i></li> <li>4. <i>Actual experience</i></li> </ol>
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.	Consuegra <i>et al.</i> (2007)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Persepsi kinerja</li> <li>3. Penilaian pelanggan</li> </ol>
Loyalitas Pelanggan (Y2)	Loyalitas adalah suatu kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali.	Griffin (2005)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelian secara berulang</li> <li>2. Mereferensikan kepada orang lain</li> <li>3. Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain</li> <li>4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing</li> </ol>

Dalam definisi operasional variabel, variabel diukur oleh instrumen dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan tipe skala Likert. Skala Likert ini mengukur opini atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert ini biasanya memiliki 5 atau 7 kategori peringkat dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Purwanto dan Sulistyawati 2007).

Tabel 3.2 Skala penilaian

Sangat tidak setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Netral	Cukup Setuju	Setuju	Sangat setuju
1	2	3	4	5	6	7

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini digunakan alat ukur sebagai berikut:

#### a. Validitas

Dalam melakukan pengujian validitas digunakan program Software SPSS 16. Untuk menguji dan mengukur kevalidan dari instrumen yang akan digunakan. Untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkolerasikan skor butir pertanyaan dengan skor totalnya (Sugiono 2010). Uji validitas yang dilakukan dalam SEM adalah uji validitas internal yaitu menunjukkan kemampuan dari instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep (Latan 2013).

Untuk menguji validitas, digunakan teknik *corelation product moment* dengan cara mengkolerasikan skor butir dengan skor total. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid apabila signifikana  $< 0,05$  (Sekaran 2011).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Latan 2013). Suatu indikator pertanyaan dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha*  $> 0,6$  (Sekaran 2011).

### **G. Metode Analisis Data**

Berdasarkan dari hipotesis dalam penelitian ini maka metode dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Persamaan struktural (SEM) dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*) (Sugiono 2010). Dalam melakukan analisis SEM dibantu oleh program AMOS.

Menurut Hair et al. (1998) dalam Sugiyono 2010, mendeskripsikan langkah-langkah dalam SEM sebagai berikut:

1. Langkah (1). Pengembangan Model Berbasis Teori

Kegiatan dalam langkah ini adalah mengembangkan model hipotetik, artinya mengembangkan suatu model berdasarkan kajian-kajian teoritik. Selanjutnya model ini diuji berdasarkan atas data empirik melalui SEM.

2. Langkah (2). Mengkonstruksikan Diagram Jalur untuk Hubungan Kausal

Hubungan kausal antar variabel ini divisualisasikan dalam bentuk gambar sehingga mudah dan jelas untuk dipahami serta lebih menarik. Jika model yang dibuat cocok (*fit*) maka dapat dibuat beberapa model untuk diperoleh model yang cocok dengan menggunakan SEM.

3. Langkah (3). Mengkonversi Diagram Jalur Ke Dalam Model Struktural dan Model Pengukuran

4. Langkah (4). Memilih Matrik Input dan Estimasi Model

Dalam SEM, matrik inputnya dapat berupa matrik korelasi atau matrik varians-kovarians. Matrik korelasi digunakan untuk tujuan memperoleh kejelasan tentang pola hubungan kausal antar variabel laten. Dalam matrik ini, peneliti dapat melihat dua hal, yaitu: 1) jalur-jalur mana yang memiliki efek kausal yang lebih dominan dibandingkan dengan jalur-jalur yang lain, dan 2) variabel eksogen yang mana efeknya lebih besar terhadap variabel endogen dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

## 5. Langkah (5). Menilai Identifikasi Model Struktural

Didalam model struktural sering dijumpai adanya permasalahan yaitu pada proses perdugaan parameter. Jika didalam prosesnya *ada un-identified* maka perdugaan parameter akan menemui banyak kendala.

Beberapa gejala yang sering muncul akibat ketidaktepatan identifikasi:

- a. Terdapat kesalahan standar terlalu besar
- b. Matrik informasi yang disajikan tidak sesuai harapan
- c. Matrik yang diperoleh tidak definitif positif
- d. Terdapat kesalahan varians yang negatif
- e. Terdapat korelasi yang tinggi antar koefisien hasil dugaan ( $>0,9$ ).

## 6. Langkah (6). Evaluasi Kecocokan Model Berdasarkan Kriteria *Goodness-of-fit*

Dalam menganalisis SEM perlu diperhatikan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi-asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis. Uji kesesuaian antara model teoritis dan data empiris dapat dilihat pada tingkat (*goodness of fit statistics*). Keputusan kesesuaian model dapat menggunakan beberapa harga statistik seperti Chi Kuadrat ( $X^2$ ) untuk  $p > 0,05$ ; RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*)  $< 0,08$ ; GFI (*Goodness of Fit Index*)  $> 0,9$  dan yang lainnya yang akan menguji bahwa perbedaannya tidak bermakna sehingga hipotesis nihil tidak ditolak (signifikan). Bila demikian maka dikatakan tidak ada



perbedaan antar model teoritis dibandingkan dengan data empiri. Artinya model teoritis sesuai (*fit*) dengan data empiri.

#### 7. Langkah (7). Interpretasi dan Modifikasi Model

Interpretasi dilakukan terhadap model struktural yang menggunakan matrik kovarians dan interpretasi terhadap analisis jalur yang menggunakan korelasi. Khusus untuk interpretasi pada analisis jalur yang dilihat antara lain: efek langsung, efek tak langsung dan efek total.