BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Pada penelitian yang sedang dilakukan ini dapat dikategorikan sebagai *explanatory research* atau penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang berpengaruh melalui pengujian hipotesis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *survey*. Kemudian Paradigma yang menjadi landasan pada penelitian ini ialah paradigma jalur, dengan menggunakan teknik analisis statistik yang dinamakan *Structural Equation Modeling* atau biasa disebut SEM. Menurut Hair *et al*., (2006) dengan menggunakan teknik analisis SEM akan sangat memungkinkan dilakukannya analisis terhadap hubungan secara simultan sehingga dapat memberikan efisiensi secara statistik.

1. Objek merupakan himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti (Supranto. 2000). Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas peneliti takan mengambil objek penelitian yaitu jasa online Traveloka.com
2. Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian (Hasan Ali. 2013). Dalam penelitian ini subyek penelitiannya adalah seluruh konsumen pengguna jasa online Traveloka.com.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Traveloka.com. Pemilihan lokasi ini karena belum adanya penelitian mengenai topik tersebut. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan november 2018 –desember 2018 dengan meliputi pembagian kuesioner, dan penyelesaian hasil dari penelitian dan pembahasan.

C. Populasi dan Sampling

1) Populasi

Populasi merupakan seluruh kumpulan objek dari penelitian yang akan dilakukan dengan kriteria tertentu. dalam pelaksanaan penelitian ini adalah seluruh konsumen yg telah menggunakan jasa pemesanan tiket pesawat dengan jasa Traveloka yang memiliki kriteria usia minimal 17 tahun dan telah menggunakan jasa traveloka minimal dua kali.

2) Sampling

merupakan bagian dari populasi penelitian yang akan dilakukan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 125 responden.

Dalam *Structural Equation Modeling* Menurut Solimun (2002), ada beberapa pedoman dalam menetukan besarnya *sample size* untuk model SEM sebagai berikut:

1) Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) maka besar sampel yang disarankan

adalah antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel sampel adalah 50.

2) Sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model.
3) Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah variabel manifest (indikator) dari keseluruhan variabel laten.

Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *teknik purposive sampling* yang merupakan cara penarikan sampel dengan memilih subyek penelitian berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, Menurut Widayat dan Amirullah (2002) dalam teknik *purposive sampling* sampel dipilih berdasarkan penilaian atau pandangan dari peneliti yang berdasarkan tujuan dan maksud dari peneliti. Berdasarkan teknik sampling yang digunakan tersebut, maka responden yang yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah responden dengan karakteristik seseorang yang pernah membeli atau menggunakan jasa Traveloka.com yang berusia minimal 17 tahun dan

minimal telah menggunakan jasa traveloka minimal dua kali.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner, jenis kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup yang merupakan kuisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti dan pilihan jawabannya sudah tersedia. dan pengumpulannya dilakukan pada waktu yang telah di tentukan.

E. Jenis Data

Dalam Penelitian ini jenis data yang peneliti gunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari tangan pertama untuk analisis berikutnya.

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah terdiri dari dua macam variabel, yaitu variabel endogen/terikat (dependent variabel) atau variabel yang

tergantung pada variabel lainnya, dan variabel eksogen/bebas (independent variabel) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Variabel variabel dalam penelitian ini adalah

Variabel Endogen : Loyalitas merek (Y1)
Kepuasan konsumen (Y1)

Variabel Eksogen (X) : Citra Merek (X1)
Kepercayaan merek (X2)

1. Citra merek

Citra yang baik dan memiliki kekuatan yang unik akan mampu membuat konsumen berpresepsi bahwa merek tersebut layak untuk digunakan. Citra merek adalah seluruh kumpulan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap merek tertentu yang dikenal dengan istilah asosiasi merek (Kotler dan Keller, 2009).

Citra merek dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1) Jumlah pelanggan

2) Reputasi pelanggan
3) Perusahaan memiliki reputasi baik.
4) Perusahaan memiliki citra merek yang popular.
5) Kepedulian terhadap lingkungan
6) Kredibilitas perusahaan

2. Kepercayaan merek

Kepercayaan atau *trust* dapat diperoleh oleh konsumen setelah konsumen yakin terhadap sebuah merek tertentu biasanya hal itu berdasarkan pengalaman sebelumnya bahwa merek tersebut sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Lau dan Lee (1999) menyatakan bahwa "kepercayaan terhadap merek adalah kemauan mempercayai merek dengan segala resikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian". Kepercayaan merek dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1) Berdasarkan pengalaman, perusahaan merupakan *online* travel agent yang berkualitas
2) Traveloka.com adalah perusahaan *online* travel agent yang terpercaya.
3) Saya yakin untuk menggunakan jasa Traveloka.com
4) Saya yakin untuk melakukan transaksi dengan Traveloka.com

3. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana persepsi kualitas sebuah produk sesuai dengan harapan pelanggan. Jika kualitas produk dibawah harapan konsumen maka konsumen tidak puas. Jika kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen puas. Jika kualitas produk melebihi harapan maka konsumen sangat puas (Kotler dan Amstrong, 2012).

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1) Puas dengan layanan

2) Jasa yang diberikan sesuai dengan harapan
3) Puas dengan tanggapan dan keluhan konsumen yang diberikan perusahaan

4. Loyalitas

Loyalitas adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap yang positif terhadap suatu merek tertentu, yang memiliki komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang (Mowen dan Minor, 2002).

Loyalitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1) Menggunakan dalam jangka waktu lama
2) Tidak berpindah ke perushaan lain
3) Mengajak orang lain untuk menggunakan
4) Mengatakan hal yang positif
5) Menyarankan teman untuk membeli
6) Menjadikan pilihan pertama dalam membeli
7) Pilihan terbaik
8) Bersedia membayar lebih

G. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur seberapa akurat suatu alat ukur tersebut yang akan mencerminkan variabel yang dapat diukur. Pada dasarnya uji validitas ini berfungsi untuk mengukur atau menguji apakah tiap butir instrumen variabel telah benar-benar mengungkapkan indikator yang ingin diteliti oleh peneliti.

Uji validitas yang digunakan ialah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA sendiri sering digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel dalam penelitian, (Ghozali, 2006). Jika masing-masing indikator merupakan indikator pengukur suatu variabel maka indikator-indikator tersebut akan memiliki nilai *loading factor* yang tinggi. Item pernyataan indikator dikatakan valid jika

memiliki koofisien korelasi (r) nilai *factor loading* ≥ 0,50 (Hair, et al., 2010).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan untuk menguji variabel-variabel dalam sebuah penelitian. Tujuan dari uji reliabilitas ini adalah untuk mengetahui sejauh mana alat ukur data dapat memberikan hasil secara konsisten ketika dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama. Menurut Ghozali (2011) Meskipun dalam beberapa penelitian terdahulu banyak yang menggunakan cronbach alpha sebagai ukuran reliabilitas namun kenyataannya cronbach alpha memberikan reliabilitas yang lebih rendah (under estimate) dibandingkan dengan construct reliability. Construct reliability dikatakan reliabel jika memiliki nilai ≥ 0,70 menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan reliabilitas 0,60 – 0,70 masih dapat

diterima dengan syarat validitas indikator dalam model baik.

H. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden atau subjek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan dalam bentuk tabel statistik deskriptif (Umar, 2005).

b. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis). Analisis Jalur (Path analysis) merupakan pengembangan dari analisis regresi yang dapat dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur. Analisis Jalur biasa digunakan untuk menggambarkan dan menguji model

hubungan antar variabel yang berbentuk sebab-akibat. dengan jalur analisis path ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat antara variabel independen menuju pada variabel dependen. Sedangkan untuk mengolah data dari analisis jalur path ini dalah program komputer AMOS VERSI 22. Mengapa menggunakan program AMOS ini dikarenakan, penelitian ini menggunakan indikator-indikator untuk menjelaskan variabel laten yang telah dijelaskan diatas.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam tahapan pemodelan Path Analysis adalah :

Uji Kesesuaian Model Structural Equation Modeling. Uji kesesuaian ini digunakan untuk mengukur derajat kesesuian antar model hipotesis dengan data yang disajikan. Dalam penelitian ini untuk menguji kebenaran model yang diajukan akan diuji menggunakan 8 standart goodness of fit index yaitu dengan melihat :

Tabel 3. *Standart Goodness of Fit Index*

Goodness Of Fit Model	**Cut-off Value**
Chi-square (X2)	Diharapkan Kecil
Probability	≥ 0,05
CMIN/DF	≤ 2,00
GFI	≥ 0,90
AGFI	≥ 0,90
TLI	≥ 0,90
CFI	≥ 0,90
NFI	≥ 0,90
RMSEA	≤ 0,08

Sumber: Ferdinand, 2002.

c. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), atau yang dikenal juga dengan Analysis of Covariance Structures . SEM merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji model yang bertingkat yang tidak dapat diselesaikan oleh persamaan regresi linear saja. Kemudian Program statistik yang digunakan sebagai pendekatan umum analisis data ialah Analysis Moment of Structures (AMOS).

Pengujian hipotesis dilakukan pada dasarnya merupakan jawaban atas hubungan yang telah dikembangkan dalam model penelitian. Model ini

menunjukan bahwa hubungan yang relatif komprehensif antar berbagai variabel penelitian, baik dalam hubungan langsung (direct effect) maupun hubungan tidak langsung (indirect effect). Analisis hipotesis dalam model penelitian ini ditentukan dengan melihat hasil critical rationya (CR). Kemudian Hipotesis akan diterima bila nilai CR lebih besar dari 1,96 (Hair dkk, 1998) dan taraf signifikansinya sebesar 5%.