



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Ezytravel.co.id. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subjek penelitian yaitu para konsumen yang mengetahui, atau pernah melakukan transaksi pada *online travel agent*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap responden yang mengetahui, atau pernah melakukan transaksi pada *online travel agent*.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2011:140-143), di setiap permulaan studi riset, setiap orang menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda-beda yang tersedia, namun tidak ada sistem klasifikasi sederhana yang menjabarkan keseluruhan variasi yang harus dipertimbangkan. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Metode Pengumpulan Data

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode pengumpulan data dengan cara ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden Ezytravel.co.id.

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Pengendalian variabel dibedakan menjadi dua, yaitu *experiment* dan *ex post facto study*. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study* dimana peneliti tidak memiliki *control* atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel *brand awareness* dan variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di Ezytravel.co.id.

5. Dimensi Waktu

Jenis dimensi waktu yang akan digunakan adalah *cross-sectional*. Data dikumpulkan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data hanya dilakukan satu kali pada saat pembagian kuesioner pada responden Ezytravel.co.id.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sedangkan hipotesis dari penelitian ini diuji secara kuantitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi penelitian aktual (kondisi lapangan) karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner

8. Persepsi Subjek

Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

- a. *Brand Awareness* (Kesadaran Merek)

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel *Brand Awareness*

Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran merek)	Saya mengetahui Ezytravel.co.id	Interval
	Saya mengenali Ezytravel.co.id diantara <i>online travel agent</i> lainnya	Interval
	Saya dengan cepat dapat mengingat nama Ezytravel.co.id	Interval
	Beberapa karakteristik tertentu pada Ezytravel.co.id muncul dengan cepat dalam ingatan Anda	Interval

Sumber: Yoo dan Donthu (2001)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. *Brand Image* (Citra Merek)

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Brand Image

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Brand Image (Citra Merek)	Atribut tidak berwujud	Ezytravel.co.id memiliki variasi produk yang menarik	Interval
	Manfaat bagi pelanggan	Merk Ezytravel.co.id memiliki kesan yang baik di Indonesia	Interval
	Harga relatif	Harga yang ditawarkan Ezytravel.co.id sesuai dengan persaingan <i>online travel agent</i> .	Interval
	Gaya hidup	Melakukan pemesanan melalui <i>online travel agent</i> mencerminkan gaya hidup yang serba praktis dan cepat.	Interval

Sumber: Darmadi Durianto, Sugiarto, Tony Sitinjak (2001:70)

2. Variabel Terkait

Keputusan Pembelian

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Anda memilih untuk menggunakan jasa Ezytravel.co.id	Interval
	Anda akan tetap menggunakan jasa Ezytravel.co.id walaupun harganya lebih mahal	Interval

Sumber: Yohanes (2008)

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan *judgment sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah responden yang mengetahui, atau pernah melakukan transaksi pada *online travel agent*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini diperoleh langsung dari sumber pertama (subyek penelitian) yaitu responden yang mengetahui, pernah melakukan transaksi dan akan melakukan transaksi pada *online travel agent* dengan menyebar 150 kuesioner. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan *Google Docs*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online*.

Desain skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, BS = Biasa Saja, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju dengan tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Pre-test

Penulis terlebih dahulu menyebarkan 30 kuesioner kepada responden untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator yang digunakan dalam penelitian.

1.1. Uji Validitas

Menurut Umar (2008:52) uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena



dianggap tidak relevan. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

X = Skor Pertanyaan

Y = Skor Total

r_{XY} = Koefisien Korelasi

n = Banyaknya Responden

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien table r product moment, maka pertanyaan dinyatakan valid.

1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, plaing tidak oleh responden yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Perhitungan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas Instrumen
- k = Jumlah butir dalam skala pengukuran
- σ_b^2 = Ragam (variance) butir
- σ_t^2 = Ragam (variance) dari skor total

2. Analisis Deskriptif

Menurut Cooper dan Schindler (2011:423), analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Alat analisis deskriptif yang digunakan adalah:

2.1. Rata-rata Hitung (\bar{x})

Rata-rata hitung (*mean*) adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah:

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{Xi}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*)

xi = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2.2. Analisis Presentase

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dan karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

2.3. Rata-rata Tertimbang

Rumus dari rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi (pembobot/penimbang)

x_i = skor

$\sum f_i$ = jumlah responden

2.4. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor rata-rata setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$



Keterangan:

R_s = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Biasa Saja (BS)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

3. Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

Analisis model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survei (Ghozali dan Fuad, 2008:335).

3.1 Model Pengukuran

a. Uji Validitas Indikator

Melakukan uji validitas dapat dilakukan dengan uji t atau mempunyai *loading factor* di atas 0,5 terhadap konstruk yang dituju. Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu indikator dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif. Dengan asumsi tertentu, analisis pemodelan kemudian memperluas konsep validitas. Validitas konvergen (memusat atau fokus) bisa dibuktikan melalui satu konstruk ukur saja, misalnya melalui nilai muatan faktor yang tinggi. Konvergen dalam hal ini ditujukan untuk menggambarkan hubungan alat ukur yang mengukur atribut yang sama.

b. Uji Reliabilitas Indikator

Untuk menghitung reliabilitas model yang menunjukkan adanya indikator-indikator yang mempunyai derajat kesesuaian yang baik dalam satu model satu dimensi. Reliabilitas merupakan ukuran konsistensi internal indikator-indikator suatu konstruk yang menunjukkan derajat sejauh mana setiap indikator tersebut menunjukkan sebuah konstruk laten yang umum. Reliabilitas berikutnya ialah varians extracted dengan besar diatas atau sama dengan 0,5. Dengan ketentuan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator sudah mewakili secara benar konstruk laten yang dikembangkan. Uji reliabilitas dapat menggunakan uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya

c. Uji Reliabilitas Konstruk

Hulland (1999) menyatakan bahwa koefisien ini merupakan koefisien konsistensi internal yang mendekati nilai koefisien konsistensi internal Cronbach. Koefisien reliabilitas ini cocok untuk pengukuran konjenerik yang mengasumsikan bahwa presisi dan skala ukur antar item memiliki perbedaan (Joreskog, 1971). Minimal 0,7 untuk faktor loading dengan

rumus

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum e_i} \geq 0,7$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Keterangan:

λ = nilai t

e = nilai error

3.2 Model Struktural

Analisis Struktural (*inner model*) yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*) yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest diskala zero means dan unit varian sama dengan satu, sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dari model. Model persamaannya dapat ditulis seperti ini:

$$\eta = \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Keterangan:

η : variabel laten endogen

Γ : koefisien jalur

ξ : variabel eksogen

β : koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (η) dengan endogen (η)

ζ : variabel inner residual

Dimana menggambarkan vektor variabel endogen (dependen), adalah vektor variabel laten eksogen dan vektor residual (unexplained variance)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.