



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan transportasi udara Lion Air yang berdomisili di Jakarta Utara. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi udara Lion Air. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di daerah Sunter dan Kelapa Gading, Jakarta Utara.

#### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) desain penelitian adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain Penelitian meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran dan analisis data. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian. Desain penelitian menunjukkan struktur masalah penelitian-kerangka kerja, organisasi atau konfigurasi dari hubungan antar variable studi yang diteliti.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:147-152) desain penelitian diklasifikasikan kedalam delapan perspektif, yaitu:

##### 1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Studi eksploratif (*exploratory studies*) cenderung memiliki struktur yang lebih longgar dengan tujuan untuk menemukan tugas penelitian selanjutnya, sedangkan tujuan utama eksplorasi adalah untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan dalam penelitian selanjutnya. Studi formal (*formal studies*) dimulai saat eksplorasi

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.



berakhir- studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

## 2. Metode Pengumpulan data

Pengklasifikasian membedakan antara pengamatan dan proses komunikasi. Pengamatan (*monitoring*) melibatkan studi dimana peneliti menyelidiki aktivitas subyek atau sifat alami dari beberapa materi tanpa berusaha untuk mengurangi respons dari siapapun. Studi komunikasi ini dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subyek penelitian dengan cara yang personal maupun impersonal, lalu mengumpulkan informasi yang telah diperoleh dari subjek tersebut.

Metode yang digunakan adalah dengan survey. Pada cara survey, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isi yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian ini.

## 3. Kontrol Peneliti terhadap variabel

Dilihat dari kemampuan peneliti dalam konteks untuk memanipulasi variabel-variabel, maka dapat dibedakan menjadi eksperimental dan desain *ex post facto*. Dalam penelitian eksperimental, peneliti berusaha untuk mengontrol dan/atau memanipulasi variabel-variabel dalam studi. Desain *ex post facto* maka seorang peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel sehingga menghindari terjadinya bias. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto*

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.



peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, peneliti hanya dapat melaporkan sesuai kejadian.



#### 4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk studi kausal. Dengan studi ini, peneliti bermaksud untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan transportasi udara Lion Air. Studi ini bermaksud untuk memprediksi pengaruh kepada suatu variabel dengan memanipulasi variabel lainnya, sementara variabel-variabel diluar itu dianggap konstan.

#### 5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu stуди yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu.

#### 6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistic dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Generalisasi tentang temuan penelitian disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.

#### 7. Lingkungan Penelitian

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.



Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), subjek dan

objek penelitian berada dalam lingkungan sebenarnya. Penelitian dilakukan berdasarkan pada kondisi lapangan.

### 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

## 3.3 Variabel Penelitian

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

### 3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan transportasi udara Lion Air, promosi transportasi udara Lion Air, harga transportasi udara Lion Air dan kepuasan pelanggan transportasi udara Lion Air.

### 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel independen (yang mempengaruhi) dalam penelitian ini adalah

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.



kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan citra merek. Sedangkan variabel dependen (yang dipengaruhi) adalah loyalitas konsumen. . Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Variabel Independen (*Independent Variabel*)

(1) Kualitas Layanan

**Tabel 3.1**  
**Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Diadaptasi dari Kotler & Keller ; 2015)	Reliability (Keandalan)	Pegawai Lion Air dapat memberikan pelayanan secara konsisten.	Ordinal
		Pegawai Lion Air memiliki kemampuan yang baik dalam menggunakan alat bantu pekerjaan yang dimiliki oleh maskapa.	Ordinal
	Responsiveness (Daya Tanggap)	Pegawai Lion Air cepat dan tanggap dalam mengatasi permasalahan.	Ordinal
		Pegawai Lion Air cepat dalam melayani permintaan dan kebutuhan pelanggan.	Ordinal
	Assurance (Jaminan)	Pesawat Lion Air terawat secara baik, aman dan nyaman.	Ordinal
		Penerbangan Lion Air selalu tepat waktu sesuai yang dijanjikan.	Ordinal
	Emphaty (Kepedulian)	Maskapai Lion Air selalu mendengarkan keluhan dan saran konsumen.	Ordinal
		Pegawai Lion Air selalu memperhatikan kebutuhan konsumen perindividu.	Ordinal
	Tangibles (Berwujud)	Pesawat yang digunakan Lion Air bersih dan nyaman.	Ordinal
		Pegawai Lion Air berpenampilan rapih dan menarik.	Ordinal

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



(2) Promosi

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Promosi**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang 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.	Personal Selling (Penjualan Perseorangan)	Perusahaan Lion Air selalu melakukan penjualan secara perseorangan kepada calon konsumen.	Ordinal
		Petugas bagian penjualan Lion Air memahami mengenai produk yang ditawarkan.	Ordinal
	Advertising (Periklanan)	Periklanan Lion Air menggunakan media yang bervariasi.	Ordinal
		Periklanan Lion Air mampu menyampaikan informasi dan pesan yang diinginkan oleh calon konsumen.	Ordinal
	Sales Promotion (Promosi Penjualan)	Kegiatan promosi penjualan Lion Air menarik bagi calon konsumen.	Ordinal
		Lion Air rutin memberikan promosi penjualan potongan harga.	Ordinal
	Publicity (Publisitas)	Lion Air rutin melakukan kegiatan yang meningkatkan publisitas.	Ordinal
		Kegiatan Lion Air dalam meningkatkan publisitas cukup menarik calon pelanggan	Ordinal
	Public Relation (Hubungan Masyarakat)	Lion Air menjalin komunikasi secara baik dengan konsumen melalui media sosial.	Ordinal
		Lion Air menjaga hubungan baik dengan konsumennya.	Ordinal

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



(3) Harga

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Harga**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1. Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) (Diadaptasi dari Runtuwun, Oroh dan Taroneh : 2014) 2. 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.	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditetapkan terjangkau bagi konsumen.	Ordinal
		Harga yang ditetapkan sesuai dengan kondisi perekonomian masyarakat.	Ordinal
	Kesesuaian Harga dengan manfaat	Harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.	Ordinal
		Harga yang ditetapkan meningkatkan manfaat yang didapatkan.	Ordinal
	Daya saing harga	Harga yang ditetapkan Lion Air membuat konsumen memilih Lion Air dibanding maskapai lain.	Ordinal
		Harga yang ditetapkan Lion Air bersaing dengan maskapai lain.	Ordinal
	Kesesuaian Harga dengan kualitas	Harga yang ditawarkan Lion Air sesuai dengan kualitas pelayanan yang didapatkan konsumen.	Ordinal
		Harga yang ditetapkan oleh Lion Air mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan	Ordinal



b. Variabel Dependen (*Dependent Variabel*)

**Tabel 3.4**  
**Variabel Kepuasan Konsumen**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Hosseini dan Kalejahi (2014)	Fulfilling Important Needs (Pemenuhan Kebutuhan Penting)	Kebutuhan pelanggan terpenuhi secara maksimal.	Interval
		Lion Air selalu memperhatikan tingkat kebutuhan pelanggan.	Interval
	Fulfilling Changing And New Needs (Pemenuhan Dalam Mengatasi Perubahan Dan Kebutuhan Baru)	Lion Air berusaha memenuhi dan mengikuti perubahan kebutuhan pelanggan.	Interval
		Lion Air selalu berusaha memberikan perubahan dalam jasa yang ditawarkan.	Interval
	Perceived Value (Nilai Persepsi)	Pengguna Lion Air selalu merasa nyaman saat menggunakan jasa transportasi yang ditawarkan.	Interval
		Pengguna Lion Air memiliki emosi positif terhadap Lion Air.	Interval
	Expectancy Disconfirmation Technology	Pengguna Lion Air merasa kualitas Lion Air sesuai dengan harapannya.	Interval
		Pengguna Lion Air merasa bahwa Lion Air berusaha maksimal dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.	Interval
	Affective Response (Respn Afektif)	Pengguna Lion Air memiliki respon positif terhadap Lion Air.	Interval
		Pengguna Lion Air selalu senang saat menggunakan jasa transportasi Lion Air.	Interval

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Hosseini dan Kalejahi (2014)

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





### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *survey*. Data yang akan diteliti diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah *survey* yang dikelola dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuisioner diberikan kepada responden yang pernah menggunakan jasa transportasi udara Lion Air. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan diperoleh informasi mengenai kualitas layanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan transportasi udara Lion Air.

### 3.5 Teknik Pengambilan Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengguna transportasi udara Lion Air di Jakarta Utara. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Sampling Purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan tujuan tertentu yaitu harus mengumpulkan data dari pengguna transportasi udara Lion Air dikarenakan hanya pengguna yang dapat memberikan penilaian. Jumlah responden yang di ambil adalah 100 responden.

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.



### 3.6 Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 20.0 Teknik analisis data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang akan diukur, item kuisoner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang akan diukur, menurut Priyatno (2016:143) . Kuesioner dapat dinyatakan valid, apabila pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*. Uji Validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel (n - 2) Apabila nilai t hitung > t table ( 0.361), maka dikatakan valid, apabila nilai t hitung < t table ( 0.361 ), maka dikatakan tidak valid. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Corrected Item Total Corelation* pada program SPSS 20.0 , dengan rumusan sebagai berikut:

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

X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X

$\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$  = jumlah skor dalam distribusi XY

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = banyaknya responden

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



## 2. Uji Reliabilitas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan dapat dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama.

Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukurannya hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil  $\alpha > 0,70$  = reliabel dan Hasil  $\alpha < 0,70$  = tidak reliable.

Rumus Reabilitas :

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\text{dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

$r_{ii}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = jumlah ragam dari seluruh pernyataan

$\sigma_1^2$  = varians total

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.



### 3. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif mengenai Pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen Lion Air.

### 4. Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T) adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan derajat kesalahan 5% ( $\alpha = 0.05$ ). Apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### 5. Uji serempak ( Uji F)

Uji serempak ( Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada derajat kesalahan 5% ( $\alpha = 0.05$ ). Apabila nilai  $F_{hitung} <$  dari nilai  $F_{tabel}$ , maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

## 3.7 Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametrik *One Kolmogorov Smirnov*. Menurut Cooper dan Schindler



(2014:395) jika angka probabilitas  $< \alpha = 0,05$  maka data residual tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka variabel terdistribusi secara normal

## 2. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi heterokedastisitas atau tidak, diperlukan uji heterokedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui terjadinya varian residual pada model regresi. Menurut Priyatno (2016:131), model regresi linier yang baik yang tidak adanya masalah Heterokedasitas. Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas, penelitian ini menggunakan uji *spearman-rho*, jika angka probabilitas  $< \alpha = 0,05$  maka model regresi mengandung heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

## 3. Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2016:129), Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak ada masalah multikolinieritas. Dalam penelitian ini, menggunakan *tolerance and value inflation factor* atau VIF. Jika:

- Nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
- Nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan *VIF*  $> 10$  maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

## 4. Uji Autokorelasi

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.



Menurut Priyatno (2016:139-142), uji ini adalah keadaan terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji Run-Test dengan dasar pengambilan keputusan  $Asymp.Sig.(2-tailed) > 0,05$ . Bila  $Asymp.Sig > 0,05$  berarti penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi

### 3.8 Skala Likert

Skala yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:40), skala Likert merupakan variasi skala *rating* yang paling sering digunakan, skala *rating* akhir terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan atas objek yang diamati. Dimana partisipan diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan, setiap tanggapan diberikan skor numerik yang menunjukkan sikap kesukaan, dan skor ini dapat dijumlah untuk mengukur sikap partisipan secara keseluruhan.

**Tabel 3.5**  
**Tabel Skala Likert**

Skala peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

### 3.9 Analisis Deskriptif dan Frekuensi

Menurut Priyatno (2016:10), analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian. Sedangkan analisis frekuensi digunakan untuk menghitung frekuensi pada variabel dan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, dimana jika nilai persentasi ketidaksetujuan  $>50\%$  akan dibahas di sub bab pembahasan. Analisis deskriptif dan frekuensi tersebut dihitung menggunakan SPSS 20.00.

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.



### 3.10 Analisis Regresi

Menurut Priyatno (2016:47), analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, penelitian ini terdapat dua variabel independen maka regresi linier yang digunakan adalah regresi linier berganda.

#### Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana  $\hat{Y}$  = loyalitas pelanggan

$X_1$  = kualitas layanan

$X_2$  = kepuasan konsumen

$X_3$  = citra merek

$\beta_1$  = koefisien  $X_1$

$\beta_2$  = koefisien  $X_2$

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.