

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

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

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan penerbangan besar dengan segmen kelas ekonomi menengah kebawah. Lion Air Indonesia yang bergerak di industry penerbangan. Subjek dari penelitian ini adalah para pelanggan yang mengenal Lion Air Indonesia dan sudah pernah terbang bersama Lion Air Indonesia lebih dari 1 kali.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), Ada delapan pendekatan dalam desain penelitian bila dilihat dari perspektif yang berbeda yaitu:

1. Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti mengumpulkan kuesioner untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden pengguna layanan dari Lion Air Indonesia

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian





Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* dimana peneliti tidak memiliki kontrol untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi.



4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian deskriptif dimana fokus penelitian ini adalah untuk menemukan siapa, apa, di mana, kapan, dan berapa banyak. Penelitian ini juga tergolong dalam penelitian klausal-eksplanatori (*clausal-explanatory*) dimana penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional* dimana penelitian ini dilakukan satu kali dengan menyebarkan kuesioner kepada responden pengguna layanan dari maskapai Lion Air Indonesia

6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan penelitian statistik dimana penelitian ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada kondisi lingkungan aktual (kondisi aktual) dimana data-data didapatkan secara langsung dari responden pengguna layanan maskapai Lion Air dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi Subjek

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.



Hasil penelitian ini tergantung dari kesadaran dan persepsi subjek penelitian pada saat mengisi kuesioner dan dapat mempengaruhi jawaban-jawaban yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi subjek yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.

C. Operasionalisasi Analisis Variabel Penelitian

Operasional dalam penelitian ini memiliki tujuan memberikan pengukuran dan pemahaman terhadap konsep. Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas layanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan maskapai Lion Air Indonesia.

Variabel Dependen dan Independen dalam penelitian ini adalah yang mana variable dependennya adalah Kepuasan pelanggan maskapai Lion Air Indonesia. Variabel Independen adalah variable yang mempengaruhi, yaitu Kualitas Layanan, Harga dan Promosi.

Menurut Kotler dan Keller (2016;156), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat

Menurut Kotler dan Keller (2016;483), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Dimana harga merupakan suatu jumlah atau semua jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk menikmati manfaat dalam suatu produk atau penggunaan jasa dalam suatu layanan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014;77), promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Menurut Kotler dan Keller (2016 : 153), kepuasan adalah perasaan senang

atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan.

Variabel Kualitas Layanan

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Responsiveness</i> (Responsif):	1. Kemauan membantu pelanggan 2. Memiliki layanan yang cepat untuk pelanggan 3. Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan	1. Setiap Karyawan atau pekerja di Lion Air Indonesia siap membantu penumpang 2. Karyawan Lion Air Indonesia melayani penumpang dengan cepat 3. Karyawan Lion Air Indonesia siap untuk menanggapi keluhan penumpang.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

<i>Reliability</i> (Dapat diandalkan):	1.Kehandalan dalam menangani masalah layanan pelanggan 2.Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan 3.Memberikan layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan 4.Memberikan layanan yang benar sejak pertama	1.Karyawan Lion Air Indonesia mampu menangani masalah penumpang dengan baik. 2.Jadwal penerbangan Lion Air Indonesia sesuai dengan yang dijanjikan. 3.Pelayanan karyawan Lion Air Indonesia sesuai dengan standart penerbangan <i>Low Cost Carrier Airlines</i> 4.Karyawan Lion Air Indonesia memberikan layanan baik secara konsisten sejak awal.	interval
--	--	---	----------



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

<p><i>Assurance</i> (Dapat dipastikan):</p>	<p>1.Memiliki Karyawan yang mampu menanamkan kepercayaan kepada penumpang</p> <p>2.Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi.</p> <p>3.Karyawan secara konsisten bersikap sopan kepada pelanggan</p> <p>4.Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan</p>	<p>1.Karyawan Lion Air Indonesia dipercaya oleh penumpang.</p> <p>2.Pelanggan merasa aman saat bertransaksi dalam pembelian tiket maskapai Lion Air Indonesia</p> <p>3.Karyawan Lion Air Indonesia bersikap secara sopan dan konsisten kepada setiap pelanggan.</p> <p>4.Karyawan Lion Air Indonesia memiliki pengetahuan luas dalam menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan</p>	<p>interval</p>
---	--	--	-----------------



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

<p><i>Tangibility</i> (Dapat dilihat):</p>	<p>1.Perusahaan memiliki peralatan yang modern dan terbaru.</p> <p>2.Karyawan berpenampilan rapih dan professional</p> <p>3.Memiliki materi visual yang menarik terkait dengan layanan</p>	<p>1.Maskapai Lion Air Indonesia memiliki armada pesawat yang modern</p> <p>2.Karyawan Lion Air Indonesia berpenampilan rapi.</p> <p>3. <i>Website</i> Lion Air menjelaskan dengan lengkap seluruh informasi terkait layanan Lion Air Indonesia</p>	<p>interval</p>
<p><i>Empathy</i> (Empati):</p>	<p>1.Karyawan memberi pelanggan perhatian secara individu</p> <p>2.Karyawan yang peduli dengan pelanggan</p> <p>3.Karyawan yang memahami</p>	<p>1.Karyawan Lion Air Indonesia memberikan suatu perhatian kepada setiap individu agar dapat melayani dengan baik dan detail</p> <p>2.Karyawan Lion Air Indonesia</p>	<p>interval</p>



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

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.

	keinginan pelanggan. 4.Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	peduli terhadap semua pelanggan 3.Karyawan Lion Air Indonesia memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan 4.Karyawan Lion Air Indonesia memahami kebutuhan pelanggan	
--	---	---	--

Sumber : Zeithaml, Parasuraman dan Berry(1998)*SERVQUAL* : “A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of Service Quality.”



2. Variabel Harga

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Harga

Faktor	Indikator	Instrumen	skala
Keterjangkauan harga	Harga dapat diterima dengan wajar	Harga Tiket yang ditawarkan Lion Air Indonesia dapat diterima dengan wajar.	Interval
	Skema harga terjangkau	Harga tiket yang ditawarkan Lion Air Indonesia terjangkau	Interval
Daya Saing harga	Harga yang kompetitif	Harga yang ditetapkan oleh Lion Air Indonesia cukup kompetitif dibanding dengan maskapai sejenis lainnya.	Interval
Kesesuaian harga dengan Kualitas layanan	Harga sesuai dengan pelayanan	Harga yang ditetapkan oleh Lion Air Indonesia sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	Interval

Sumber : “Pengaruh produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sanggar Bunga Mayang Bandar Lampung” tahun

2017/2018 oleh Virgi Kurnia Agesta.

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. Variabel Promosi

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Promosi

Dimensi	Indikator	Instrumen	skala
Promosi penjualan	Potongan harga	Lion Air Indonesia memberikan potongan harga/diskon kepada pelanggannya.	Interval
Iklan	Iklan di Internet	Iklan Lion Air yang ada di internet membuat saya tertarik untuk terbang bersama Lion Air Indonesia	Interval
	Iklan di Tv	Tampilan iklan Lion Air di TV menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk Lion Air	Interval
Publisitas	Berita Lion Air	Berita mengenai Lion Air dapat ditemukan diberbagai media.	Interval
Personal selling	Informasi mengenai Lion Air	Saya lebih yakin dengan orang yang menyampaikan langsung informasi tentang pengalaman terbang bersama Lion Air dibanding iklan	Interval

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Sumber : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan traveloka di Yogyakarta” tahun 2018 oleh Hildha Aprilia Pratiwi

4. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel Kepuasan pelanggan

Faktor	Indikator	Pernyataan	skala
<i>Attributions for service Succes or failure</i> (atribut kesuksesan atau kegagalan layanan)	Merasa puas dengan atribut yang didapatkan	Saya merasa puas karena pembayaran tiket Lion Air Indonesia yang mudah	Interval
<i>Customer emotion</i> (Emosi Konsumen)	Perasaan senang saat menerima layanan	Saya senang karena layanan yang diberikan Lion Air Indonesia yang memuaskan.	Interval
<i>Perceptions of equity or fairness</i> (Persepsi Keadilan)	Suatu persepsi keadilan yang didapatkan pelanggan	Saya merasa puas karena saya mendapatkan pelayanan yang sama dengan penumpang Lion Air Indonesia lainnya	Interval
<i>Other Customers, Family Members</i>	Kepuasan yang dipengaruhi oleh	Saya merasa puas saat menggunakan maskapai Lion	Interval

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.



<i>and Coworkers</i>	informasi yang didapat dari orang lain	Air Indonesia karena sesuai dengan informasi yang saya dengar dari orang lain.	
<input checked="" type="radio"/> Pelanggan lain, <input type="radio"/> Anggota keluarga dan Rekan Kerja)			

Sumber : Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:81)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampling yaitu pengambilan sampel secara tidak acak dengan metode *judgement sampling* yaitu pemilihan sampling didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan Teknik data primer dan data sekunder. Data Primer didapat dari hasil penyebaran kuesioner. Sementara data sekunder didapat dari buku-buku, jurnal-jurnal dan *website* yang terkait.

2. Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2016:142) pengertian kuesioner adalah sebagai berikut, “*A questionnaire is a preformulated written set of questions to which respondents record their answers, usually within rather closely defined alternatives.*”. (Pertanyaan-pertanyaan tertulis namun belum dirumuskan dimana responden mencatat jawaban mereka, biasanya secara lebih dalam menggambarkan alternative). Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan teknik komunikasi. Teknik komunikasi



responden. Daftar pertanyaan tertulis yang akan diisi oleh responden yang terdiri dari pertanyaan tentang Kualitas Layanan, harga dan promosi untuk mengetahui sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Penyebaran kuesioner dibantu dengan aplikasi *google.docs*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online*. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan alternative-alternatif jawaban yang telah disiapkan penulis. Maka, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2016:215), skala Likert adalah skala yang dirancang untuk menguji seberapa sangat setuju atau tidak setuju dengan suatu pernyataan pada 5 poin skala seperti tabel dibawah berikut :

Tabel 3.5

Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

F. Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebar, data-data yang didapatkan dari menyebarkan kuesioner harus diolah dan dalam penelitian ini, data-data tersebut diolah dengan menggunakan *software* SPSS 20.0. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2016:52) digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika

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.



diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Corrected Item Total Correlation* dengan rumusan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = nilai pertanyaan / item

Y = skor total responden

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47), reliabilitas adalah alat 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 dari waktu ke waktu. Menurut Nunnally (1994) dalam Ghazali (2016:48), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70. Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrument

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir



k = banyaknya butir pertanyaan

X = nilai skor yang dipilih

σb^2 = varians total

n = jumlah sampel

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Ghozali (2016:19), digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jawaban terbanyak dalam bentuk persentase dan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

P = persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum fi$ = jumlah total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

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.



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.

\bar{X} = rata-rata hitung

X_i = Data

n = sampel

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan dalam rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan:

f_i = frekuensi

X_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Pengukuran data kuesioner dilakukan menggunakan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:278), skala Likert adalah variasi yang paling sering digunakan dari skala penilaian yang dijumlahkan. Skala penilaian yang di jumlahkan terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan baik sikap mendukung dan tidak mendukung terhadap obyek kepentingan. Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan.



Untuk menghitung skala penilaian, digunakan rentang skala sebagai

berikut:

$$RS = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka rentang skalanya adalah sebagai berikut:

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

STS	TS	N	S	SS
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)



4. Uji Asumsi Klasik

© a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2016:154), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov-Sminov. Kriteria untuk menentukan apakah data residual berdistribusi normal adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal
- (2) Jika probabilitas > 0.05 berarti data residual berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas tetapi jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- (2) Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



diantara variabel independen. untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0.10 atau nilai VIF < 10.

(1) Jika nilai *tolerance* > 0.10 atau VIF < 10, maka tidak terdapat multikolinearitas

(2) Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau VIF > 10, maka terdapat multikolinearitas

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi menurut Ghozali (2016:94), digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik dan variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel Kepuasan Pelanggan

X₁ = variabel Kualitas Layanan

α = konstanta

X₂ = variabel Harga

X₃ = Variabel Promosi

β₁ & β₂ & β₃ = koefisien regresi

e = *term of error*

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengukur signifikansi secara simultan/bersama-sama terhadap variabel Y apakah model

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.



regresi penelitian layak atau tidak. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$)
- (2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
- (3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2016:97), digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. t ($\alpha = 0.05$)
- (2) Jika nilai Sig. t < 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
- (3) Jika nilai Sig. t > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu

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.

berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

