

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk mendapatkan kembali pemecahan terhadap segala permasalahan yang diajukan. Di dalam penelitian diperlukan adanya beberapa teori untuk membantu memilih salah satu metode yang relevan terhadap permasalahan yang diajukan, mengingat bahwa tidak setiap permasalahan yang diteliti tentu saja berkaitan dengan kemampuan si penulis, biaya dan lokasi. Pertimbangan tersebut mutlak diperlukan, dan penelitian tidak dapat diselesaikan dengan sembarangan metode penelitian (Subagyo, 1997).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008).

Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang lebih menju kepada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk melakukan pengukuran, tiap- tiap fenomena sosial dijabarkan dalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Penelitian ini menggunakan

penelitian survey. Dalam penelitian survey informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

B. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010) . Jadi populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau penumpang yang menggunakan jasa maskapai Citilink rute Pontianak – Surabaya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Untuk mendapatkan informasi dari setiap anggota, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang biasa mewakili populasi dalam jumlah tertentu.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sample yang tidak memberi peluang atau kesempatan

sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam Nonprobability sampling terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya yaitu teknik sampling aksidental. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau penumpang yang menggunakan jasa maskapai Citilink.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan yaitu tinjauan langsung dengan menggunakan metode survey yang termasuk kedalam data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informasi penelitian.

Alat yang digunakan di penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang diajukan.

Pengukuran pengumpulan data ini menggunakan skala likert, dimana pada masing-masing jawaban diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Skor	Pilihan Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	TidakSetuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Studi Kepustakaan

Menurut Nazir (2013) Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang berhubungan dengan masalah yang dipecahkan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan data-data teoritis melalui metode yang berasal dari buku-buku, jurnal, artiket, website dan penelitian terdahulu.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian terhadap indikator- indikatornya. Definisi operasional variabel penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Brand Image (X)	Citra merek (brand image) adalah sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2007).	1. Recognition (Pengenalan) 2. Reputation (Reputasi) 3. Affinity (Daya Tarik) 4. Loyalty (Kesetiaan)	1. Citilink merupakan maskapai yang banyak digunakan pengguna jasa transportasi udara. 2. Citilink memiliki logo merek yang mudah diingat. 3. Warna hijau yang digunakan identik dengan maskapai Citilink. 4. Citilink memiliki karakteristik produk atau jasa yang jelas. 5. Citilink memiliki kualitas yang baik. 6. Citilink memiliki rute penerbangan yang banyak. 7. Saya menggunakan maskapai Citilink karena memiliki pelayanan yang ramah. 8. Saya menggunakan maskapai Citilink karena memiliki tingkat ketetapan waktu yang tinggi dalam penerbangan. 9. Saya menggunakan maskapai Citilink karena harganya terjangkau. 10. Saya akan terus menggunakan maskapai Citilink.	Skala Likert (STS,TS,N,S,SS)
Minat Beli Penumpang (Y)	Minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen	1. Minat transaksional	1. Saya tertarik untuk membeli tiket maskapai Citilink karena harga tiketnya yang lebih murah. 2. Saya melakukan pembelian tiket maskapai Citilink rute PNK-SUB lebih dari sekali. 3. Saya membeli tiket maskapai	Skala Likert (STS,TS,N,S,SS)

	<p>memiliki keinginan untuk memilih, menggunakan, mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. (Kolter dan Keller, 2015).</p>	<p>2. Minat referensial</p> <p>3. Minat preferensial</p> <p>4. Minat eksploratif</p>	<p>Citilink rute PNK-SUB melalui situs/media karena lebih mudah.</p> <p>4. Saya merekomendasikan maskapai Citilink kepada orang lain.</p> <p>5. Saya tertarik membeli tiket maskapai Citilink setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat.</p> <p>6. Promosi maskapai Citilink lebih menarik perhatian saya.</p> <p>7. Saya sering menggunakan maskapai Citilink rute PNK-SUB.</p> <p>8. Saya lebih memilih maskapai Citilink dalam memenuhi kebutuhan perjalanan saya.</p> <p>9. Informasi mengenai maskapai Citilink mudah didapatkan.</p> <p>10. Saya menanyakan informasi tiket maskapai Citilink rute PNK-SUB kepada orang yang sudah menggunakannya.</p>	
--	--	--	--	--

E. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian akan dilakukan adalah :

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Menurut Ghazali (2009) Uji validitas digunakan

untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan nilai r pada tingkatan signifikansi (α) 0,05% dan jumlah sampel yang adadengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikansi (α) $t > 0,05$ maka variabel tersebut dinyatakan valid.
- 2) Apabila nilai signifikansi(α) $t < 0,05$ maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Menurut (Sumadi Suryabrata, 2004) Uji reliabilitas adalah hasil pengukuran harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan software SPSS, melalui uji statistic Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai signifikansi (α) $> 0,60$.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen yaitu brand image (X) terhadap

variabel dependen yaitu minat beli penumpang (Y). Persamaan regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2009), yaitu:

$$Y = a + b X + e$$

Keterangan:

X = Citra merek (brand image)

Y = Minat beli penumpang

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error (pengaruh dari variabel lain yang tidak dilakukan dalam analisis)

Agar mempermudah proses perhitungan dan pengujian hipotesis akan dilakukan dengan bantuan program Statistic Product Service Solution (SPSS).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Determinan (Uji R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X) adalah besar harapan terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh

variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R_2) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

b. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2006) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikansi (α) 0,05% dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikansi (α) $t > 0,05$ maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.
- 2) Apabila nilai signifikansi (α) $t < 0,05$ maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan (Mushon, 2005).

