

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Merupakan penelitian yang sistematis terhadap bagian – bagian dan hubungan – hubungannya.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2016, 24) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri – ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Komparatif yaitu penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini bersifat membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta – fakta dan sifat – sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu.

#### **3.2 Sumber Data**

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder.

### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti, data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen pembeli tiket penerbangan melalui Aryo Putra Mandiri dan Aplikasi Traveloka di Bandar Lampung. Untuk menyaring dan mengetahui data yang akan diambil dari variable sikap maka peneliti menggunakan skala perbedaan semantik yaitu satu garis kontinum yang memiliki dua kutub

Kutub A      1      2      3      4      5      Kutub B

### **3.2.2 Data sekunder**

Data Sekunder adalah data tambahan yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder ini diperoleh dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi dan berbagai data lain yang dibutuhkan dan berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Aryo Putra Mandiri dan traveloka.

## **3.3 Metode Pengumpulan Data**

### **a. Kuesioner**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada konsumen yang pernah membeli tiket penerbangan pada Aryo Putra Mandiri maupun Aplikasi Traveloka. Dari jawaban pertanyaan – pertanyaan tersebut diharapkan dapat diketahui reaksi dan pendapat mereka secara langsung sehingga dapat memudahkan dalam mengkaji apa yang menjadi topik dalam penelitian ini.

b. Observasi

yaitu dengan mengamati objek penelitian yang telah ditentukan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang diteliti.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016, 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok populasi yaitu konsumen yang membeli tiket pada Aryo Putra Mandiri dan konsumen yang membeli tiket melalui Aplikasi Traveloka di bandar Lampung. Populasi dari pembelian tiket pada Aryo Putra Mandiri adalah 692, dan via Traveloka adalah tidak terhingga atau tidak diketahui jumlahnya.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2016, 81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang membeli tiket pada Aryo Putra Mandiri dan Traveloka di bandar Lampung. Untuk jumlah sampel dalam pembelian pada Aryo Putra Mandiri dan Traveloka adalah 200 orang. Hal ini diambil berdasarkan pendapat Roscoe (Sugiyono, 2015). Untuk teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menggunakan beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Menurut Sugiono (2011,p.82) *proportional random sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota dan unsur yang tidak homogen dan berstrata secara *proportional*. Strata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen dalam pembelian pada Aryo Putra Mandiri dan konsumen dalam pembelian via Traveloka.

Menggunakan rumus alokasi *proportional* :

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan :

- $ni$  = Jumlah anggota sampel
- $Ni$  = Jumlah anggota populasi
- $N$  = Jumlah anggota seluruh populasi
- $n$  = Jumlah anggota sample seluruhnya

Maka jumlah sampel yang dihitung dimasing – masing konsumen adalah :

1. Konsumen Aryo Putra Mandiri

$$ni = \frac{692}{1192} \times 200 = 116$$

2. Konsumen Traveloka

$$ni = \frac{500}{1192} \times 200 = 83,89 = 84$$

### 3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 38) penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah Sikap konsumen dalam pembelian tiket penerbangan melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka di bandar Lampung.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Etta dan Sopiha (2010, p.134) Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variable kualitas pelayanan, alat ukur yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan adalah dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner), sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang telah disediakan dan tidak perlu membuat jawaban lain.

Variabel-variabel yang diteliti sehubungan sikap konsumen dalam pembelian tiket pesawat melalui agen tiket penerbangan Aryo Putra Mandiri dan aplikasi Traveloka di Bandar Lampung. Definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Sikap	sikap sebagai evaluasi secara menyeluruh yang dilakukan seseorang atas suatu konsep. J. Paul Peter, Jerry C. Olson (2013, 130)	Sikap konsumen dalam membeli tiket penerbangan melalui Aryo Putra Mandiri dan Traveloka	Kepercayaan Intensitas Keinginan Kecendrungan Pengetahuan konsumen	Semantik

### **3.7 Uji Persyaratan Instrumen**

Daftar kuisisioner yang disebarakan kepada responden merupakan instrument yang paling penting dalam penelitian ini, karena kita akan mengetahui bagaimana tanggapan dari konsumen dengan pertanyaan yang kita berikan. Instrument yang dibuat sebelum disebarakan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus disetujui kehandalan dan keabsahannya agar daftar pertanyaan tersebut benar-benar mampu mengungkapkan dan mewakili semua masalah yang menyangkut dasar-dasar penelitian, sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Menurut Etta dan Sopiah (2010, p.147) uji Validitas adalah pengujian tentang suatu kebenaran atau suatu pemikiran yang benar-benar dilakukan. Instrumen dikatakan valid apabila instrument tersebut bisa mengukur apa yang hendak diukur. Validitas memberikan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrument. Penulis menguji validitas angket dengan kuisisioner yang langsung diberikan kepada konsumen pembeli tiket melalui Aryo Putra Mandiri dan Aplikasi Traveloka.

Kriteria pengujian :

Apabila  $sig \leq \alpha (0,05)$  , maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika  $sig > \alpha (0,05)$  , maka kuisisioner dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan melalui program SPSS 23.

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Etta dan Sopiah (2010, p.145) Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*). Selanjutnya Untuk mengukur tingkat reabilitas kuisisioner digunakan rumus *Cronbach Alpa*, sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

$r$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma^2$  = Varians total

Kriteria pengujian pada uji reliabilitas yaitu:

Apabila  $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$  maka angket realible

Apabila  $r_{\text{alpha}} < r_{\text{tabel}}$  maka angket tidak realible

Apabila probabilitas (Sig.)  $< \alpha$  0,05 maka angket realible

Apabila probabilitas (Sig.)  $> \alpha$  0,05 maka angket tidak realible

Hasil  $r_{\alpha}$  yang telah diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan koefisien korelasi  $r_{\text{tabel}}$ , yaitu berada pada tingkat reliabilitas manakah  $r_{\alpha}$  tersebut berdasarkan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000-1,000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Sedang
0,2000-0,3999	Rendah
0,000-0,1999	Sangat rendah

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang di peroleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model *one - sample kolmogorov smirnov test* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Rumusan hipotesis :



Ho : data diambil dari populasi berdistribusi normal

Ha : data diambil dari populasi berdistribusi tidak normal

Kriteria pengambilan keputusan :

Apabila  $\text{sig} < 0.05$  maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila  $\text{sig} > 0.05$  maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

### **3.9 Metode Analisis Data**

#### **3.9.1 Analisis Deskriptif**

Analisis data deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang umum atau generalisasi.

#### **3.9.2 Snake Diagram**

Diagram ini digunakan untuk membandingkan citra dua atau lebih merek atau perusahaan yang bersaing. Dari perbandingan tersebut dapat diketahui apa kelebihan dan kekurangan perusahaan dibanding pesaingnya (Mulyadi, 2010 ). Langkah – langkah penerapannya sebagai berikut :

1. Tentukan faktor – faktor dimensi yang akan digunakan pada pengukuran sikap konsumen .
2. Buat kuisisioner dengan memasukan faktor - faktor dimensi sikap yang dihasilkan sebelumnya. Pernyataan khusus untuk sikap menggunakan *Semantic Differential Scale*.
3. Setelah mendapatkan data pengukuran sikap dari sejumlah responden yang telah ditentukan, kemudian mencari nilai

rata – rata atau mean dari setiap dimensi. Dengan menggunakan rumus :

$$X = \frac{\sum f_i \cdot w_i}{\sum f_i}$$

Dimana :  $x$  =rata-ratabobot

$f_i$  =frekuensi

$w_i$  =bobot

4. Setelah memperoleh nilai rata – rata dari masing – masing dimensi, tentukan rentang skala untuk menentukan titik koordinat pada *snake diagram*. Dengan rumus :

$$R = \frac{m - n}{b}$$

Dimana :

$m$  = Skor tertinggi pada skala

$n$  = Skor terendah pada skala

$b$  = Jumlah kategori

Objek 1

Kutub +     –     –     ✓     –     –     Kutub –

Kutub +     –     –     –     ✓     –     Kutub –

Objek 2

Kutub +     –     ✓     –     –     –     Kutub –

Kutub +     ✓     –     –     –     –     Kutub –

Hasil :

Kutub +      -      /      -      -      Kutub -  
Kutub +      -      \      -      -      Kutub -