

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu strategi *low cost carrier* yang meliputi *ticketless, single class, short haul, point to point service* dan *no meals and drinks onboard*. kemudian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah keputusan pembelian yang meliputi pemilihan merek, pemilihan pemasok, pemilihan waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

Objek yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah wisatawan asal Malaysia yang menggunakan jasa transportasi penerbangan Indonesia AirAsia dengan rute Kuala Lumpur-Bandung.

Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai pengaruh strategi *low cost carrier* maskapai penerbangan rute Kuala Lumpur-Bandung terhadap keputusan menggunakan jasa tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2006: 1) “Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Traver dalam Husain Umar (2002:21) menjelaskan bahwa “Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih

(*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Moh Nasir (2003:54) mengemukakan bahwa, metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status, sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskripsi adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Adapun ciri-ciri metode deskriptif menurut Winarno Surakhmad (1998:140) dijelaskan sebagai berikut:

1. Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang sedang terjadi pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual.
2. Data yang terkumpul mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa (karena itu metode ini sering disebut metode analitik).

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai strategi *low cost carrier* maskapai penerbangan rute Jakarta-Kuala Lumpur terhadap keputusan menggunakan jasa tersebut.

Adapun verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh strategi *low cost carrier* maskapai penerbangan rute Kuala Lumpur-Jakarta terhadap keputusan menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:6):

Metode survey yaitu metodologi penelitian yang digunakan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sample yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Dalam penelitian yang digunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Menurut David A. Aaker (2005:196)), metode survey adalah kuesioner terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik”.

Pendapat yang lebih jelas disampaikan oleh Asep Hermawan (2006:82) :

Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu. Penelitian ini dapat pula disebut sebagai penelitian yang menjelaskan fenomena apa adanya. Tujuan dari penelitian ini adalah menyajikan suatu profil atau menjelaskan aspek-aspek relevan dengan suatu fenomena yang diteliti dari perspektif individual, organisasi, industri dan aspek lainnya.

Penelitian ini dilakukan satu kali dan dalam kurun waktu kurang dari satu semester, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional*. Menurut Asep Hermawan (2006:45), “Penelitian *cross sectional* seringkali disebut penelitian sekali bidik (*one snapshot*), merupakan penelitian yang pengumpulan datanya

dilakukan pada suatu titik waktu tertentu”. *Cross sectional* adalah salah satu rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali. *Cross sectional* dapat bersifat *cross sectional* tunggal dan *cross sectional* majemuk. Dalam *cross sectional* tunggal hanya satu sampel responden diambil dari populasi sasaran dan informasi hanya didapatkan satu kali dari responden ini. Sedangkan dalam *cross sectional* majemuk ada dua/ lebih sampel responden dan informasi mengenai masing-masing sampel diambil satu kali. (Malhotra, 2005:95-96).

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan diteliti adalah strategi *low cost carrier* (X) yang diri dimensi *ticketless, single class, short haul, point to point service* dan *no meals and drinks onboard* sebagai variabel bebas (*independent variable*).

Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan pemasok, pemilihan waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini, baik untuk variabel X maupun variabel Y, menggunakan *hybrid ordinaly-interval scale*. Menurut Asep Hermawan (2006:123), “*hybrid ordinaly scale* adalah suatu skala yang secara artifisial di transformasi ke dalam skala interval oleh peneliti”.

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel 3.1 sebagai berikut.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variable	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Low Cost Carrier</i> (X)	Strategi yang dipakai maskapai penerbangan yang menawarkan tarif rendah (<i>low cost carrier</i>) namun dengan menghilangkan beberapa layanan.				
1. <i>Ticketless</i> (X1)	Konsep terbang tanpa tiket, penjualan tidak menggunakan tiket konvensional, pembelian tiket ini bisa secara online via internet dan layanan <i>Call Center</i> .	1. Kemudahan prosedur pemesanan tiket maskapai penerbangan Indonesia AirAsia 2. Ketanggapan petugas Indonesia AirAsia dalam menangani keluhan konsumen apabila ada permasalahan mengenai tiket	1. Tingkat Kemudahan prosedur pemesanan tiket maskapai penerbangan Indonesia AirAsia 2. Tingkat Ketanggapan petugas Indonesia AirAsia dalam menangani keluhan konsumen apabila ada permasalahan mengenai tiket	Hybrid ordinally-interval scales Hybrid ordinally-interval scales	III. 1 III. 2
2. <i>Single Class</i> (X2)	Kelas ekonomi, tidak ada penerbangan kelas premium atau bisnis.	1. Kenyamanan maskapai penerbangan Indonesia AirAsia yang menggunakan sistem <i>single class</i> 2. Kesukaan konsumen terhadap model penerbangan Indonesia AirAsia yang berbasis <i>single class</i>	1. Tingkat kenyamanan maskapai penerbangan Indonesia AirAsia yang menggunakan sistem <i>single class</i> 2. Tingkat kesukaan konsumen terhadap model penerbangan Indonesia AirAsia yang berbasis <i>single class</i>	Hybrid ordinally-interval scales Hybrid ordinally-interval scales	III. 4 III. 5

**LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/sub variable	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
3. <i>Short Haul</i> (X3)	Penerbangan jarak dekat maksimal jarak yang ditempuh 2-3jam	1. Frekuensi penggunaan maskapai penerbangan Indonesia AirAsia pada rute perjalanan <i>short haul</i>	1. Tingkat frekuensi penggunaan maskapai penerbangan Indonesia AirAsia rute-rute perjalanan <i>short haul</i>	Hybrid ordinally-interval scales	III. 6
		2. Keragaman rute penerbangan <i>short haul</i> Indonesia AirAsia	2. Tingkat keragaman rute penerbangan <i>short haul</i> PT. Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	III. 7
4. <i>Point to point service</i> (X4)	Jasa penerbangan yang dilakukan hanya dari point (bandara) ke point	1. Kelayakan sistem <i>point ke point</i> Indonesia AirAsia	1. Kelayakan sistem <i>point ke point</i> Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	III. 8
		2. Kejelasan rute perjalanan <i>point to point</i> yang ditawarkan Indonesia AirAsia	2. Tingkat kejelasan rute perjalanan <i>point to point</i> yang ditawarkan Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	III. 9
5. <i>No free meals or drinks onboard</i> (X5)	Maskapai penerbangan <i>low cost carrier</i> tidak menyediakan makanan/ minuman untuk penumpang dan digantikan dengan penjualan makanan kecil atau minuman atau gift, yg harus dibayar oleh penumpang yg menghendaki.	1. Kejelasan pemberitahuan di tiket bahwa tidak ada pelayanan makan dan minum didalam pesawat ketika bertransaksi	1. Tingkat kejelasan pemberitahuan di tiket bahwa tidak ada pelayanan makan dan minum didalam pesawat ketika bertransaksi	Hybrid ordinally-interval scales	III. 10
		2. Kesesuaian harga dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	2. Tingkat kesesuaian harga makanan dan minuman yang ditawarkan	Hybrid ordinally-interval scales	III.11

LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variable	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli barang-baranga dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler dan Amstrong, 2009:129)				
1. Pemilihan merek	Proses pemilihan merek pembelian antara berbagai merek yang tersedia	1.Kepercayaan terhadap merek Indonesia AirAsia	1.Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	IV.1
		2.Kebiasaan membeli merek Indonesia AirAsia	2.Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kebiasaan membeli merek Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	IV.2
		3.Kesesuaian harga dengan merek Indonesia AirAsia	3.Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kesesuaian harga dengan merek Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 3
2.Pemilihan saluran pembelian	Proses pemilihan tempat pembelian produk	1. Kemudahan pembelian secara online Indonesia AirAsia	1.Tingkat kemudahan pembelian secara online Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 4
		2. Kemudahan mendapatkan tiket Indonesia AirAsia selain menggunakan internet misalnya melalui <i>booth</i> di Carrefour, counter di bandara dan travel agent	2. Tingkat kemudahan mendapatkan tiket Indonesia AirAsia selain menggunakan internet misalnya melalui <i>booth</i> di Carrefour, counter di bandara dan travel agent	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 5

LANJUTAN TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variable	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
3.Pemilihan waktu pembelian	Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian.	1. Pembelian tiket Indonesia AirAsia berdasarkan kebutuhan konsumen	1.Tingkat keputusan pembelian tiket Indonesia AirAsia berdasarkan kebutuhan	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 6
		2. Pembelian konsumen berdasarkan <i>season</i> tertentu misalnya liburan dan akhir tahun.	2. Tingkat pembelian konsumen berdasarkan <i>season</i> tertentu misalnya liburan dan akhir tahun.	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 7
		3. Pembelian konsumen berdasarkan promo yang dilakukan Indonesia AirAsia	3. Tingkat pembelian konsumen berdasarkan promo yang dilakukan Indonesia AirAsia	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 8
4.Jumlah pembelian	Keputusan konsumen tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli.	1. Jumlah tiket yang biasa dibeli dalam satu kali transaksi	1. Tingkat jumlah tiket yang biasa dibeli dalam satu kali transaksi	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 9
		2.Frekuensi pembelian tiket Indonesia AirAsia dalam enam bulan terakhir	2.Tingkat frekuensi pembelian tiket Indonesia AirAsia dalam enam bulan terakhir	Hybrid ordinally-interval scales	IV.10
5.Metode pembayaran	Keputusan konsumen tentang metode pembayaran yang akan digunakan.	1. Kemudahan pembayaran yang ditawarkan Indonesia AirAsia (tunai, kredit dan debit card)	1. Tingkat kemudahan pembayaran yang ditawarkan Indonesia AirAsia (tunai, kredit dan debit card)	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 11
		2. Keragaman metode pembayaran yang ditawarkan Indonesia AirAsia (tunai, kredit dan debit card).	2. Tingkat Keragaman metode pembayaran yang ditawarkan Indonesia AirAsia (tunai, kredit dan debit card).	Hybrid ordinally-interval scales	IV. 12

Sumber : Hasil Pengolahan Data dan Referensi Buku dan Jurnal.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh, baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data di mana data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dari subjek yang berhubungan langsung dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarikan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu konsumen maskapai penerbangan yang menggunakan strategi *low cost carrier* rute Jakarta-Kuala Lumpur.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian di mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, serta situs di internet.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

	Jenis Data	Sumber Data
a.	Negara-negara pasar wisata utama Indonesia	P2DSJ
b.	Daftar kunjungan wisatawan Malaysia	www.antara.com
c.	Pertumbuhan jumlah penumpang maskapai penerbangan <i>low cost carrier</i> .	Dirjen Perhubungan Udara/Majalah SWA
d.	Jumlah penumpang maskapai penerbangan yang menggunakan strategi <i>low cost carrier</i>	www.wartaekonomi.com
e.	Gambaran strategi <i>low cost carrier</i> yang dilakukan maskapai penerbangan.	Responden
f.	Gambaran keputusan pembelian yang dilakukan konsumen maskapai penerbangan <i>low cost carrier</i> .	Responden

Sumber: Pengolahan Data 2008

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Menurut Malhotra (2005:364) “Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. David A. Aaker memberikan definisi mengenai populasi yaitu,” *The set of all object that posses some common set of problem*”. Serangkaian dari semua objek yang ditetapkan pada beberapa rangkaian umum dari karakteristik dengan pantas dalam penelitian masalah pemasaran.

Sedangkan menurut Sugiyono (2006:72):

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas :obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah wisatawan asal Malaysia yang menggunakan jasa transportasi penerbangan PT. Indonesia AirAsia rute Jakarta-Kuala Lumpur sebagai salah satu maskapai penerbangan yang menerapkan strategi *low cost carrier* dengan ukuran populasi diperoleh dari data www.wartaekonomi.com pada tahun 2008 sebanyak 1.500.000.

3.5.2 Sampel

Menurut Malholtra (2005:364) “Sampel adalah subkelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi”. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya:

- 1) Keterbatasan biaya
- 2) Keterbatasan tenaga
- 3) Keterbatasan waktu yang tersedia

Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2006: 73):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Husain Umar (2002:59), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satu adalah dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

(Sumber: Husein Umar, 2003: 141)

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : taraf kesalahan

Berdasarkan populasi pada penelitian ini, maka sampel yang di ambil adalah:

$$n = \frac{1.500.000}{1 + 1.500.000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.500.000}{1 + 15.000}$$

$$n = \frac{1.500.000}{15.001} \quad n = 99,99 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 100 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Moh Nasir (2003:271) mengemukakan bahwa.” Teknik *sampling* adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi”.

Dalam penelitian ini digunakan teknik *probabilitas sampling*, yaitu suatu sampel yang ditarik sedemikian rupa, dimana suatu elemen (*unsur*) individu dari populasi tidak didasarkan pada pertimbangan pribadi tetapi tergantung pada *apliasi* kemungkinan (*probabilitas*).

Teknik yang digunakan adalah khususnya *systematic random sampling*. Teknik sampling ini menggunakan *systematic random sampling*, karena sampling

sistematik ini memiliki kelebihan , yaitu bisa dilakukan sekali pun tidak ada kerangka sampling.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. **Studi literatur**, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah, dan lain-lain, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian dan variabel yang diteliti yang terdiri dari strategi penetapan harga dan keputusan pembelian.
2. **Observasi**, mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai strategi *low cost carrier* maskapai penerbangan rute Jakarta-Kuala Lumpur terhadap keputusan menggunakan jasa tersebut.
3. **Kuesioner**, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (konsumen maskapai penerbangan *low cost carrier* rute Jakarta-Kuala Lumpur). Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan dengan membubuhkan tanda (X) pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat. Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel (X) strategi *low cost carrier* dan variabel (Y) keputusan pembelian.

3.7 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Pada suatu penelitian data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

3.7.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus *Korelasi Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

Dimana :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan (Suharsimi Arikunto, 2002:146).

N = Jumlah sample

\sum = Kuadrat faktor variable X

$\sum Y^2$ = kuadrat faktor variable Y

$\sum XY$ = jumlah perkalian faktor korelasi variable X dan Y

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi

5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r_{xy} \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2006:184)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

t = distribusi student dengan derajat kebebasan dk = n - 2

n = Banyaknya sampel

Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 15 *for window* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kemudahan prosedur pemesanan tiket maskapai penerbangan Indonesia AirAsia	0,516	0,374	Valid
2	Ketanggapan petugas Indonesia AirAsia dalam menangani keluhan konsumen apabila ada permasalahan mengenai tiket	0,687	0,374	Valid
3	Kenyamanan maskapai penerbangan Indonesia AirAsia yang menggunakan sistem <i>single class</i>	0,725	0,374	Valid
4	Kesukaan konsumen terhadap model penerbangan Indonesia AirAsia yang berbasis <i>single class</i>	0,552	0,374	Valid
5	Frekuensi penggunaan maskapai penerbangan Indonesia AirAsia pada rute perjalanan <i>short haul</i>	0,601	0,374	Valid
6	Keragaman rute penerbangan <i>short haul</i>	0,601	0,374	Valid

No. item	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Indonesia AirAsia			
7	Kelayakan sistem <i>point ke point</i> Indonesia AirAsia	0,413	0,374	Valid
8	Kejelasan rute perjalanan <i>point to point</i> yang ditawarkan Indonesia AirAsia	0,482	0,374	Valid
9	Kejelasan pemberitahuan di tiket bahwa tidak ada pelayanan makan dan minum didalam pesawat ketika bertransaksi	0,586	0,374	Valid
10	Kesesuaian harga dengan makanan dan minuman yang ditawarkan	0,764	0,374	Valid
11	Kepercayaan terhadap merek Indonesia AirAsia	0,542	0,374	Valid
12	Kebiasaan membeli merek Indonesia AirAsia	0,428	0,374	Valid
13	Kesesuaian harga dengan merek Indonesia AirAsia	0,664	0,374	Valid
14	Kemudahan pembelian secara online Indonesia AirAsia	0,513	0,374	Valid
15	Kemudahan mendapatkan tiket Indonesia AirAsia selain menggunakan internet misalnya melalui <i>booth</i> di Carrefour, counter di bandara dan travel agent	0,547	0,374	Valid
16	Pembelian tiket Indonesia AirAsia berdasarkan kebutuhan konsumen	0,589	0,374	Valid
17	Pembelian konsumen berdasarkan <i>season</i> tertentu misalnya liburan dan akhir tahun	0,547	0,374	Valid
18	Pembelian konsumen berdasarkan promo yang dilakukan Indonesia AirAsia	0,478	0,374	Valid
19	Jumlah tiket yang biasa dibeli dalam satu kali transaksi	0,560	0,374	Valid
20	Frekuensi pembelian tiket Indonesia AirAsia dalam enam bulan terakhir	0,491	0,374	Valid
21	Kemudahan pembayaran yang ditawarkan Indonesia AirAsia (tunai, kredit dan debit card)	0,491	0,374	Valid
22	Keragaman metode pembayaran yang ditawarkan Indonesia AirAsia (tunai, kredit dan debit card).	0,436	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

3.7.2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006:145).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

(Husein Umar, 2002:146)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_t^2 = Varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

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

(Husein Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 15 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15 for window sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X,Y dan variabel Z setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal)
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*.
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 15 *for window* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Strategi <i>Low Cost Carrier</i>	0,778	0,374	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,774	0,374	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data 2009

Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan reliabel, maka variabel yang diuji keduanya cukup reliabel.

3.8 Rancangan Analisis Data

3.8.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh strategi *low cost carrier* terhadap keputusan menggunakan maskapai penerbangan *low cost carrier* rute Jakarta-Kuala Lumpur. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah strategi *low cost carrier* yang memiliki beberapa dimensi yaitu *ticketless* (X1), *single class* (X2), *short haul* (X3), *point to point service* (X4) dan *no meals and drinks onboard* (X5). Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan pembelian, sehingga penelitian ini meneliti pengaruh strategi *low cost carrier* (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data ditujukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

- a. memberi skor pada setiap item
- b. menjumlahkan skor pada setiap item
- c. menyusun ranking pada setiap variabel penelitian

3. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu strategi penetapan harga sebagai variabel bebas (X), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

3.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu strategi *low cost carrier* yang terdiri dari *ticketless* (X_1), *single class* (X_2), *short haul* (X_3), *point to point service* (X_4), dan *no free meals & drinks onboard* (X_5) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Langkah-langkah dalam teknis analisis data adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

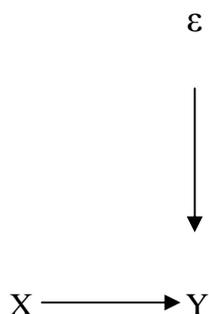
- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

- f. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Path Analysis (Analisis Jalur)

Data penelitian yang berskala interval kemudian akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat pengaruh antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti berikut.



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

X= Strategi *low cost carrier*

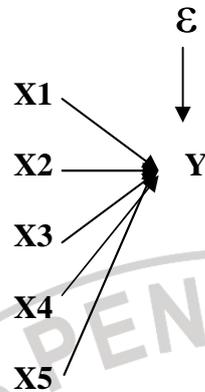
Y= Keputusan Berkunjung

ϵ = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan ini mengisyaratkan bahwa strategi *low cost carrier* yang terdiri dari *ticketless*, *single class*, *short haul*, *point to point service* dan *no meals and drinks onboard* terhadap keputusan pembelian. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y, yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ .

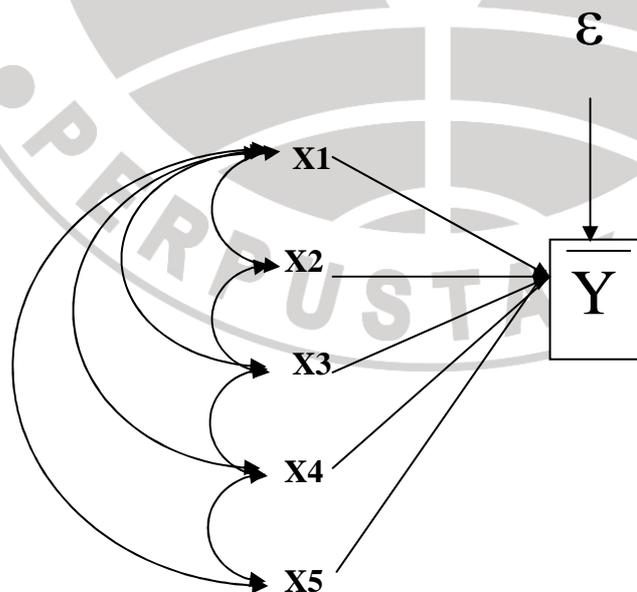
Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi *low cost carrier* yang terdiri *ticketless* (X1), *single class* (X2), *short haul* (X3), *point to point service* (X4) dan *no meals and drinks onboard* (X5) terhadap keputusan pembelian (Y), karena itu hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

2. Selanjutnya diagram hipotesis 1 di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



GAMBAR 3.3
JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Semua teknis analisis data dalam pelaksanaannya menggunakan program SPSS *for windows* 15.0.

Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien yang dikemukakan oleh Sugiyono (2005:183), yaitu:

TABEL 3.5
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2006:183)

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2004:245) dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut.

TABEL 3.6
KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sd 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sd 0,800	Cukup
Antara 0,000 sd 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sd 0,400	Rendah
Antara 0,00 sd 0,200	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2002:245)

3.8 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari distribusi *student t* adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3, X_4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

$H_o : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara strategi *low cost carrier* yang terdiri dari *ticketless, single class, short haul, point to point service* dan *no free meals and drinks onboard* terhadap keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara strategi *low cost carrier* yang terdiri dari *ticketless, single class, short haul, point to point service* dan *no free meals and drinks onboard* terhadap keputusan wisatawan

Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

1). $H_o : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *ticketless* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *ticketless* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

2). $H_o : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *single class* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *single class* terhadap keputusan menggunakan keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

3). $H_o : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *short haul* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia

menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *short haul* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

- 4). $H_o : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *point to point* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *point to point* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

- 5). $H_o : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *no free meals and drinks onboard* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *no free meals and drinks onboard* terhadap keputusan keputusan wisatawan Malaysia menggunakan jasa maskapai penerbangan Indonesia AirAsia, baik secara parsial dan simultan.