

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Service Convenience* terhadap kepuasan. Variabel menurut Suharsimi Arikunto (2010:161) adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun variabel yang diteliti adalah variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini yaitu *service convenience* yang meliputi : kenyamanan keputusan (*decision convenience*), kenyamanan akses (*access convenience*), kenyamanan transaksi (*transaction convenience*), kenyamanan manfaat (*benefit convenience*), dan kenyamanan setelah manfaat (*post-benefit convenience*). Kemudian yang menjadi variabel terikat (*dependent*) adalah kepuasan pelanggan meliputi : *serviceability, accessibility, communication, competence, courtesy, reliability, security, tangibles, understanding customer*.

Pada penelitian ini objek yang dijadikan penelitian adalah konsumen pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink rute Bandung-Denpasar di Bandara Husein Sastranegara Bandung. Waktu penelitian dalam studi lapangan, pengumpulan data dan pengolahan data dilakukan selama bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2014 melakukan kegiatan penyebaran kuisisioner. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, seperti dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2010:122) *cross sectional*, yaitu gabungan antara model pendekatan yang menggunakan satu kali pengumpulan data.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu :

1. Rasional
2. Empiris
3. Sistematis

Rasional adalah kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sedangkan sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Data yang diperoleh melalui penelitian adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu, Secara umum data yang telah diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Memahami berarti memperjelas suatu masalah atau informasi yang tidak diketahui dan selanjutnya menjadi tahu, memecahkan berarti meminimalkan atau menghilangkan masalah, dan mengantisipasi berarti mengupayakan masalah tidak terjadi.

3.2.1 Jenis dan Metode Yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian menggunakan penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Suharsimi

Arikunto (2010:3) menjelaskan bahwa :

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan, dalam kegiatan penelitian ini peneliti hanya memotret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya.

Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai pelaksanaan *service convenience* dan mengenai kepuasan konsumen pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink.

Penelitian verifikatif yang didefinisikan oleh Suharsimi Arikunto (2010:15) penelitian yang sama dengan tujuan untuk mengecek kebenaran hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran mengenai pengaruh *service convenience* terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa penerbangan Citilink di Bandara Husein Sastranegara Bandung.

Berdasarkan jenis penelitian diatas yaitu penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2013:6) pengertian dari metode *survey* adalah :

Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, tes, wawancara terstruktur, dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:38) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti yaitu :

1. Variabel bebas (*Independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *service convenience*
2. Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan.

Berikut merupakan Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Service Convenience</i> (X)	Menurut Berry et.al (2002:4) “ <i>Service convenience, is defined as the “consumers’ time and effort perceptions related to buying or using a service.”</i> Persepsi konsumen mengenai waktu dan usaha yang dikeluarkan berkaitan dengan membeli dan menggunakan layanan.”				
<i>Decision Convenience</i>	Kenyamanan keputusan adalah	<ul style="list-style-type: none"> • Penawaran tiket iklan 	Tingkat ketertarikan	Interval	1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(X ₁)	konsumen menginvestasikan waktu dan usaha dalam membuat keputusan pembelian layanan.	<p>Citilink yang menarik melalui media televisi</p> <ul style="list-style-type: none"> Berbagai pilihan rute penerbangan yang menarik keputusan pembelian tiket 	<p>akan iklan Citilink</p> <p>Tingkat ketertarikan akan pilihan rute penerbangan Citilink</p>	Interval	2
Access Convenience (X ₂)	Kenyamanan akses melibatkan waktu yang dirasakan dan usaha yang diperlukan untuk memulai pelayanan yaitu tindakan yang diperlukan untuk meminta layanan dan untuk menerima mereka.	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan akan pemesanan tiket 	Tingkat kemudahan dalam memesan tiket	Interval	3
		<ul style="list-style-type: none"> Kenyamanan mengakses status penerbangan, dan reservasi melalui <i>mobile application</i> 	Tingkat kenyamanan reservasi dan <i>check-in</i> dalam <i>mobile application</i>	Interval	4
Transaction Convenience (X ₃)	Kenyamanan transaksi mempengaruhi konsumen, ketika mereka membutuhkan untuk mengamankan layanan dan memutuskan untuk membeli layanan dan transaksi yang lengkap.	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan bertransaksi melalui media elektronik 	Tingkat kemudahan pembayaran tiket	Interval	5
		<ul style="list-style-type: none"> Kenyamanan pembayaran melalui Indomaret, Alfamart, Carefour 	Tingkat kenyamanan pembayaran tiket digerei terdekat	Interval	6

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Benefit Convenience (X₄)	Manfaat kenyamanan melibatkan pengalaman konsumen dari pelayanan. Jika konsumen merasa tidak nyaman dalam pengiriman itu akan memungkinkan mengurangi proses evaluasi manfaat.	<ul style="list-style-type: none"> Diskon 25% untuk penumpang dibawah 12 tahun 	Tingkat kemanfaatan akan diskon yang diberikan	Interval	7
Post-Benefit Convenience (X₅)	Kenyamanan setelah manfaat berkaitan dengan kegiatan setelah berinteraksi, seperti pemesanan diluar jam kerja, menyelesaikan pekerjaan, atau menerima pemberitahuan.	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan berinteraksi dengan para pengguna jasa 	Tingkat kemudahan berinteraksi dalam komunitas	Interval	8
		<ul style="list-style-type: none"> Ketertarikan dalam berbagi pengalaman dalam menggunakan jasa 	Tingkat ketertarikan menceritakan pengalaman menggunakan jasa	Interval	9
		<ul style="list-style-type: none"> Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan 	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan	Interval	10
Kepuasan (Y)	Menurut Kotler dan Armstrong (2013:37) Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana				

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	produk yang dirasakan sesuai dengan kinerja produk merupakan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan tergantung pada performa produk yang dirasakan terhadap harapan pembeli				
Serviceability (Y₁)	Tingkat kemudahan dan kecepatan pelayanan	• Kemudahan dalam sistem pengecekan di Bandara	Tingkat kemudahan proses <i>check-in</i> di Bandara	Interval	11
		• Kecepatan menyelesaikan masalah	Tingkat kecepatan menyelesaikan masalah	Interval	12
Accessibility (Y₂)	Letak lokasi yang mudah dicapai atau dijangkau	• Kemudahan mendapatkan pelayanan <i>customer service</i> di Bandara	Tingkat kemudahan pelanggan mendapatkan pelayanan <i>customer service</i>	Interval	13
		• Kemudahan menjangkau tempat pembelian tiket	Tingkat kemudahan menjangkau tempat pembelian tiket	Interval	14
Communication (Y₃)	Kemampuan berkomunikasi dengan bahasa konsumen	• Kesesuaian penanganan keluhan	Tingkat kesesuaian penanganan keluhan	Interval	15

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		<ul style="list-style-type: none"> Informasi yang disampaikan mudah dimengert 	Tingkat kemudahan konsumen mengerti informasi yang disampaikan	Interval	16
Competence (Y₄)	Tingkat keterampilan menyelesaikan masalah	<ul style="list-style-type: none"> Penanganan bagasi yang cepat 	Tingkat kecepatan penanganan bagasi	Interval	17
		<ul style="list-style-type: none"> Kesesuaian sistem <i>ticketing inflight</i> yang dilakukan dengan standarisasi perusahaan 	Tingkat kesesuaian sistem <i>ticketing inflight</i> dengan standarisasi perusahaan	Interval	18
Courtesy (Y₅)	Sikap sopan dan bersahabat dengan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> Sikap pramugari yang ramah 	Tingkat keramahan pramugari	Interval	19
		<ul style="list-style-type: none"> Sikap karyawan yang sopan 	Tingkat kesopanan karyawan	Interval	20
Reliability (Y₆)	Kemampuan mewujudkan pelayanan sesuai promosi	<ul style="list-style-type: none"> Penerbangan sesuai jadwal yang ditentukan 	Tingkat kesesuaian penerbangan dengan jadwal	Interval	21
		<ul style="list-style-type: none"> Kepuasan akan promosi yang ditawarkan 	Tingkat kepuasan penawaran dengan jasa	Interval	22

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		dengan kualitas jasa	yang diberikan.		
Security (Y₇)	Keamanan, Keterjaminan dan Legalitas	• Jaminan keselamatan pada saat penerbangan	Tingkat kesesuaian jaminan keselamatan	Interval	23
		• Kursi pesawat yang nyaman digunakan	Tingkat kenyamanan kursi pesawat yang digunakan	Interval	24
		• Penanganan bagasi yang aman	Tingkat keamanan penyimpanan barang dibagasi	Interval	25
Tangibles (Y₈)	Wujud fisik, gedung dan peralatan-peralatan	• Tampilan interior ruangan pesawat yang menarik	Tingkat ketertarikan akan interior ruangan pesawat	Interval	26
		• Kerapihan karyawan menggunakan seragam	Tingkat kerapihan seragam karyawan	Interval	27
Understanding Customer (Y₉)	Pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan	• Ketanggapan karyawan dalam merespon permintaan konsumen	Tingkat ketanggapan karyawan dalam merespon permintaan pelayanan jasa	Interval	28
		• Memahami dengan baik kebutuhan konsumen akan pelayanan jasa.	Tingkat memahami kebutuhan akan ketepatan waktu	Interval	29

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			pelanggan		

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2010:189) adalah subjek penelitian dimana data menempel. Sumber dapat berupa benda, gerak, manusia, tempat dan sebagainya. Sugiyono (2013:137) mengemukakan jika dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder:

- Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
- Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Berikut merupakan Tabel 3.2 mengenai jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	<i>Outlook</i> Ekonomi Indonesia Makro tahun 2013-2014	Sekunder	Majalah Keuangan Volume IX No 7 Januari 2014
2	Laju Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan tahun 2013	Sekunder	Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi Indonesia Edisi 44 2014 dalam www.bps.go.id
3	<i>Marketsize</i> Transportasi dan Logistik Indonesia tahun 2009-2014	Sekunder	Majalah SWA 22/XXIX/22-30 Oktober 2013, SWA 26/XXIX//20 Juli-14 Agustus 2013

4	Sumbangan Komoditas yang Dominan terhadap Inflasi Nasional tahun 2013	Sekunder	Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi Indonesia Edisi 44 2014 dalam www.bps.go.id
5	Alat Transportasi diminati Indonesia tahun 2014	Sekunder	www.travel.detik.com
6	Jumlah Pesawat Terbang Daftar AOC tahun 2014	Sekunder	Majalah SWA 01/XXX/09-22 Januari 2014
7	Pertumbuhan Pasar Penumpang Domestik tahun 2005-2015	Sekunder	www.inaca.org
8	<i>Marketshare</i> Maskapai Penerbangan Indonesia tahun 2012	Sekunder	www.kabarbisnis.com www.investor.co.id www.kemenhub.com
9	<i>TOP Brand Index</i> Maskapai Penerbangan Indonesia tahun 2011-2014	Sekunder	Majalah Marketing 02/XI/Februari 2011, 02/XII/Februari 2012, 02/XII/Februari 2013, 02/XIV/Februari 2014
10	<i>ICSA Index</i> Maskapai Penerbangan LCC	Sekunder	Majalah SWA 24/XXIX/14-27 November 2013
11	Survei <i>Index</i> Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan LCC Indonesia tahun 2012	Sekunder	Majalah SWA 24/XXVIII/08-21 November 2012
12	Survei <i>Index</i> Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan LCC Indonesia tahun 2013	Sekunder	Majalah SWA 24/XXIX/14-27 November 2013
13	Survei Indonesia NPS dan NET tahun 2013	Sekunder	Majalah SWA 26/XXIX/09-18 Desember 2013
14	Faktor Konsumen Tidak Puas	Sekunder	www.survey.one
15	Faktor Konsumen Tidak Puas terhadap Maskapai Penerbangan LCC	Primer	Bandara Husein Sastranegara Bandung
16	Kepuasan Konsumen LCC di Bandara Husein Sastranegara Bandung	Primer	Bandara Husein Sastranegara Bandung
17	<i>Customer Experience Moment of Truth</i> Maskapai Penerbangan Citilink	Sekunder	Majalah SWA 26/XXIX/09-18 Desember 2013
18	Strategi Pemasaran Citilink	Sekunder	www.citilink.co.id

19	Data Jadwal Keberangkatan dan Kepulangan Pelanggan Citilink	Primer	PT. Citilink Indonesia Cabang Bandung
20	Data Pelanggan Citilink	Primer	PT. Citilink Indonesia Cabang Bandung
21	Pengolahan Data Hasil Validitas dan Realibilitas	Primer	Hasil Pengolahan Data Tahun 2014
22	Tanggapan Pengguna Jasa Terhadap <i>Service Convenience</i>	Primer	Hasil Pengolahan Data 2014
23	Tanggapan Pengguna Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan	Primer	Hasil Pengolahan Data 2014

Sumber : Diolah dari berbagai data

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi didefinisikan oleh Suharsimi Arikunto (2010:173) adalah keseluruhan subjek penelitian, apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi. *Encyclopedia of Educational Evaluation* dalam Suharsimi arikunto (2013:173) mengemukakan pengertian dari populasi : “A population is a set (or collection) of all elements possessing one or more attributes of interest.” Populasi adalah set (atau koleksi) dari semua pemrosesan satu atau lebih elemen atribut yang menarik.

Definisi lain dikemukakan oleh Sugiyono (2013:215) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi populasi di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah konsumen pengguna jasa

maskapai penerbangan *low cost carrier* Citilink di Bandara Husein Sastranegara Bandung Rute Bandung-Denpasar.

TABEL 3.3
DATA RUTE PENERBANGAN BARU FEBUARI TAHUN 2014

DESCRIPTION							
<i>AIRLINE</i>	<i>From</i>	<i>To</i>	<i>Depart Time</i>	<i>Arrival time</i>	<i>Tipe Pesawat</i>	<i>Kapasitas Pesawat</i>	<i>NO FLIGHT</i>
CITILINK	BDO	DPS	15:05	17.35	A320	181	QG 889
CITILINK							

Sumber : Data Jadwal Keberangkatan dan Kepulangan Pelanggan Citilink di Bandara Husein Sastranegara Bandung

TABEL 3.4
DATA KONSUMEN CITILINK RUTE BANDUNG-DENPASAR BALI TAHUN 2014

Bulan	Jumlah Konsumen
Febuari	504
Maret	2.404
April	3.436
Mei	3.825
Juni	4.233
Jumlah	13.898

Sumber : Data Konsumen Citilink di Bandara Husein Sastranegara

3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Suharsimi Arikunto (2010;174) adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel, yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai

suatu yang berlaku bagi populasi. Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2013:215) sampel adalah sebagian dari populasi itu. Dalam penelitian ini diperkenalkan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan. Untuk menentukan sampel dari populasi yang ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n .

Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling* dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Harun Al Rasyid,1994:44)

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Harun Al Rasyid,1994:44)

N = Populasi

n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

s = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item = 29
- c. Nilai tertinggi skor responden : (29 x 7) = 203
- d. Nilai terendah skor responden : (29 x 1) = 29
- e. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah = 203-29=174
- f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviation*) diperoleh:

Mardalita Anugrowati, 2014

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA JASA MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$S = (0,21) (174) = 36.54$$

Diperoleh $S=(0,21)$ berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang menjawab kuesioner yang berskala 1-7. responden lebih banyak menjawab dengan skor antara 5-7 sehingga arah kurva cenderung condong ke sebelah kanan

- g. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana $\alpha = 5\%$

$$Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu:

$$n_0 = \left[\frac{Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(36,54)}{5} \right]^2 = \left[\frac{71,61}{5} \right]^2 = n_0 = 205,06$$

Nilai n_0 sudah diketahui yaitu sebesar 206 setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{206}{1 + \frac{206}{13.898}}$$

$$n = \frac{206}{1,014}$$

$$n = 203,15$$

$$n = 204$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 204. Menurut Winarmo Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 212. Kuisisioner dibagikan kepada 212 pelanggan maskapai penerbangan Citilink rute Bandung-Denpasar pada saat setelah keberangkatan penerbangan atau kepulangan.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling menurut Sugiyono (2013:217) adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*.

Populasi pada penelitian ini adalah populasi bergerak atau *mobile population* dengan menggunakan teknik *systematic random sampling* menurut Sugiyono (2011:84) mengemukakan teknik penarikan sampel secara sistematis adalah metode untuk mengambil sampel secara sistematis dengan jarak atau interval tertentu dari suatu kerangka sampel yang telah diuraikan. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka teknik pengambilan sampelnya dilakukan sebagai berikut :

- 1) Menentukan pengguna jasa. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink dengan rute penerbangan Bandung-Denpasar.
- 2) Menentukan sebuah *check-point* pada objek yang akan diteliti yaitu Bandara Husein Sastranegara Bandung.
- 3) Menentukan waktu yang digunakan. Pada penelitian ini waktu yang digunakan adalah hari Senin, Rabu, Minggu pukul 15:05-17:35 WIB.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2013:224) merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Untuk dapat memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik karena tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek yang ada ditempat penelitian tersebut. Pada penelitian ini teknik yang dilakukan adalah observasi berperan serta atau observasi partisipan, karena penulis terlibat secara langsung pada kegiatan pengamatan yang digunakan sebagai sumber data penelitian, dengan observasi partisipan ini maka data yang diperoleh akan lebih lengkap. Mengamati bagaimana perilaku konsumen yang menggunakan jasa maskapai penerbangan Citilink di Bandara Husein Sastranegara Bandung.

2. Wawancara

Penulis ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan penulis ingin mengetahui hal-hal dari sumber yang bersangkutan melalui tatap muka secara langsung agar mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Wawancara terstruktur menurut Sugiyono (2013:138) digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan, dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan pengumpul data mencatatnya. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara berstruktur, karena wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak yang bersangkutan yaitu karyawan maupun konsumen pengguna jasa *Low Cost Carrier* di Bandara Husein Sastranegara Bandung.

3. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kontak langsung dengan responden, sehingga akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan tepat.

4. Studi Literatur

Studi literatur dalam penelitian ini, penulis berupaya mencari dan mengumpulkan informasi baik berupa teori-teori, definisi, maupun uraian-uraian dan penjelasan para ahli dari berbagai sumber. Adapun studi literatur yang digunakan dari berbagai sumber yaitu : a) Perpustakaan UPI, ITB, Universitas Parahyangan, b) Skripsi, c) Jurnal Ekonomi dan Bisnis, d) Media Cetak (Majalah), e) Media elektronik (Internet).

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Data dalam penelitian mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Sedangkan benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Data yang valid menurut Sugiyono (2013:267) adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu Instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.(Suharsimi Arikunto, 2010:211).

Adapun rumus yang digunakan adalah rumus kolerasi dengan angka kasar yang dikemukakan oleh Karl Pearson, yang dikenal dengan rumus kolerasi *product moment* sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:213)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS) 21 for Windows. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.5 berikut:

TABEL 3.5
INTERPRESTASI BESARNYA KOEFESIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2010:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf kesalahan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, perlu diuji dengan rumus uji signifikansi kolerasi *product moment* ditunjukkan pada rumus berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Sumber: Sugiyono (2013:184)}$$

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikasni $\alpha=0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk

Mardalita Anugrowati, 2014

PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA JASA MASKAPAI
PENERBANGAN CITILINK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari kinerja *service convenience* sebagai variabel X dan kepuasan sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X adalah 10, sedangkan untuk item pertanyaan Variabel Y berjumlah 10. Adapun untuk jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hasil pengujian validitas dengan menggunakan program SPSS 21 for Windows disajikan dalam Tabel 3.6.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS SERVICE CONVENIENCE

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
SERVICE CONVENIENCE				
Decision Convenience				
1	Penawaran menarik melalui media sosial, dan Iklan yang menarik melakukan pembelian.	0,641	0,374	Valid
2	Berbagai pilihan rute penerbangan Citilink yang menarik	0,834	0,374	Valid
Access Convenience				
3	Pemesanan tiket atau <i>booking</i> yang mudah	0,667	0,374	Valid
4	<i>Check-in</i> reservasi penerbangan lebih nyaman menggunakan <i>mobile application</i>	0,736	0,374	Valid
Transaction Convenience				
5	Pembayaran yang mudah melalui <i>e-ticketing</i>	0,587	0,374	Valid
6	Transaksi yang nyaman melalui gerai terdekat Indomaret, Alfamart dan Carefour	0,526	0,374	Valid
Benefit Convenience				
7	Potongan harga 25% untuk penumpang dibawah 12 tahun yang sangat bermanfaat	0,498	0,374	Valid
Post-Benefit Convenience				
8	Komunitas Citilinkers memudahkan berkomunikasi dengan para pengguna Citilink lainnya	0,526	0,374	Valid
9	Citilink <i>Stories</i> menarik anda berbagi pengalaman menggunakan jasa Citilink	0,547	0,374	Valid
10	<i>Passenger Service Change</i> menghemat waktu anda	0,637	0,374	Valid

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.
	selama di Bandara			

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2014 (Menggunakan SPSS 21 for Windows)

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa skor tertinggi yang ditunjukkan pada variabel *service convenience* diperoleh dimensi *decision convenience* tentang berbagai pilihan rute penerbangan Citilink yang menarik dengan perolehan nilai sebesar 0,834. Sedangkan untuk perolehan nilai yang paling rendah diperoleh dimensi *benefit convenience* mengenai potongan harga tiket sebesar 25% dengan nilai sebesar 0,498. Berikut ini Tabel 3.7 mengenai hasil uji validitas variabel kepuasan yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel Y.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUASAAN

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.
KEPUASAAN				
<i>Serviceability</i>				
1	Proses <i>check-in</i> dan boarding yang mudah	0,684	0,374	Valid
2	Penanganan masalah dilakukan dengan cepat dan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0,570	0,374	Valid
<i>Accessibility</i>				
3	Kemudahan mendapatkan <i>customer service</i> di Bandara	0,662	0,374	Valid
4	Kemudahan dalam menjangkau agen penjualan tiket	0,529	0,374	Valid
<i>Communication</i>				
5	Penanganan keluhan yang dilakukan karyawan dengan cepat dan tanggap	0,830	0,374	Valid
6	Penyampaian informasi karyawan yang mudah dimengerti	0,885	0,374	Valid
<i>Competence</i>				
7	Penanganan bagasi yang cepat	0,882	0,374	Valid
8	Sistem <i>ticketing inflight</i> sesuai dengan standarisasi perusahaan	0,721	0,374	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Courtesy				
9	Sikap pramugari yang ramah	0,782	0,374	Valid
10	Sikap karyawan Citilink yang sopan	0,832	0,374	Valid
Reliability				
11	Penerbangan yang tepat waktu sesuai dengan jadwal keberangkatan dan kepulangan yang ditentukan	0,730	0,374	Valid
12	Kepuasan akan promosi paket liburan dengan jasa yang diberikan	0,733	0,374	Valid
Security				
13	Jaminan keselamatan penumpang selama penerbangan	0,587	0,374	Valid
14	Tempat duduk pesawat yang nyaman digunakan	0,788	0,374	Valid
15	Keamanan bagasi yang baik	0,856	0,374	Valid
Tangibles				
16	Interior ruangan pesawat yang menarik	0,748	0,374	Valid
17	Pakaian seragam karyawan yang rapi	0,789	0,374	Valid
Understanding Customer				
18	Karyawan merespon tanggap terhadap permintaan akan pelayanan jasa	0,784	0,374	Valid
19	Citilink memahami dengan baik penanganan <i>delay</i> pesawat	0,800	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2014 (Menggunakan SPSS 21 for Windows)

Berdasarkan tabel 3.7 pada instrumen variabel kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *communication* yaitu pada item penyampaian informasi karyawan yang mudah dimengerti yang bernilai 0,885. Sedangkan nilai terendah terdapat pada item kemudahan dalam menjangkau agen penjualan tiket sebesar 0,529. Berdasarkan tabel 3.7 menunjukkan bahwa semua item bernilai valid, maka semua item akan dilakukan penelitian.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan

untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji

Mardalita Anugrowati, 2014
 PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA JASA MASKAPAI
 PENERBANGAN CITILINK
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

adalah validitas dari instrumen *service convenience* sebagai variabel X dan kepuasan sebagai variabel Y

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:221) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:268) suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengujian reliabilitas kuisisioner penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha, Rumus cronbach alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:196)

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 : Varians total

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

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

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{[\sum X]^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010:184)

Keterangan:

N : Jumlah sampel

σ^2 : Nilai varians

X : Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefesien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{\text{tabel}}$ dengan $\alpha=5\%$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefesien internal seluruh item (r_{11}) $< r_{\text{tabel}}$ dengan $\alpha=5\%$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang diuji kepada 30 responden dengan bantuan program SPSS 21 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai 0,374 dari perhitungan (df) $n - 2$ ($30 - 2 = 28$) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,374. Penjelasan secara lebih jelas tersaji dalam Tabel 3.8.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
1	<i>Service Convenience</i>	0,884	0,374	Reliabel
2	Kepuasan	0,963	0,374	Reliabel

Hasil Pengolahan Data 2014 (Menggunakan SPSS 21 *for Windows*)

3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis.

Sugiyono (2013:244) mengemukakan arti dari analisis data adalah :

Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka melakukan kegiatan analisis data. Ada beberapa tahapan dalam kegiatan analisis data meliputi, tiga tahapan sebagai berikut :

1. Persiapan

Kegiatan dalam langkah persiapan ini antara lain :

- a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi. sangat penting melakukan pengecekan terlebih dahulu agar dapat mengetahui sejauh mana identitas apa saja yang diperlukan bagi pengolahan data lebih lanjut.
- b. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data.

2. Tabulasi data

- a. Memberi skor pada item-item yang perlu diberi skor.

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh *service convenience* (X) terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial* . Menurut Sugiyono (2013:97) :

Skala *semantic differensial* digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban ”sangat positifnya” terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval.

- b. Memberikan kode terhadap item-item yang tidak diberi skor.
- c. Mengubah jenis data, disesuaikan atau dimodifikasikan dengan teknik analisis yang akan digunakan.
- d. Memberi kode (*coding*) dalam hubungan dengan pengolahan data jika akan menggunakan computer.

Dalam penelitian ini, pertanyaan yang diajukan dalam angket terdiri dari 7 alternatif dari jawaban yang harus dipilih oleh responden, seperti pada Tabel 3.9.

TABEL 3.9
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN KUESIONER

Alternatif jawaban	Sangat Setuju	Rentang Jawaban						Sangat Tidak Setuju	
		← 7	6	5	4	3	2		1 →
Positif		7	6	5	4	3	2	1	

Sumber: Modifikasi dari Husein Umar (2008:99)

3. Penerapan Data Sesuai dengan Pendekatan Penelitian

Pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus-rumus atau aturan-aturan yang ada, sesuai dengan pendekatan penelitian atau desain yang diambil.

3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2013:176) adalah analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah, sehingga tidak menguji hipotesis. Analisis dilakukan dengan cara melakukan perhitungan sehingga setiap rumusan masalah dapat ditemukan jawabannya secara kuantitatif. Melalui analisis deskriptif maka dapat diketahui :

- a. Analisis Deskriptif melalui pelaksanaan *Service Convenience* (X)

Variabel X terfokus pada penelitian Kenyamanan keputusan (*Decision convenience*), Kenyamanan Akses (*Access convenience*), Kenyamanan Transaksi (*Transaction convenience*), dan Kenyamanan Manfaat (*Benefit convenience*), Kenyamanan Setelah Manfaat (*Post-Benefit convenience*).

- b. Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel Y terfokus pada *Serviceability, Accessibility, Communication, Competence, Courtesy, Reliability, Security, Tangibles, Understanding Customer*.

3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *service convenience* (X) terhadap kepuasan (Y) yaitu menggunakan analisis regresi sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu *service convenience* (X) yang meliputi : kenyamanan keputusan (*decision convenience*), kenyamanan akses (*access convenience*), kenyamanan transaksi (*transaction convenience*), dan kenyamanan manfaat (*benefit convenience*), kenyamanan setelah manfaat (*post-benefit convenience*). Variabel (Y) kepuasan meliputi : *serviceability, accessibility, communication, competence, courtesy, reliability, security, tangibles, understanding customer*. Nirwana SK Sitepu (1994:11) mengatakan “syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya interval”. Sebelum melakukan analisis menggunakan regresi linier sederhana terlebih dahulu uji asumsi klasik normalitas dan linieritas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 21.00 (*Statistical Product and Service Solution*). Pengujian normalitas data menggunakan skewness. Distribusi normal data dapat dilihat dari kemiringan kurva yang terbentuk. Nilai skewness yang baik adalah mendekati nol (0) yang menandakan kemiringan kecenderungan seimbang atau mendekati distribusi

normal, dan nilai ini bersifat mutlak (+/-), ketinggian kurva dilihat dari nilai kurtosis.

2. Uji Linieritas

Pengujian linearitas diperlukan beberapa kelompok data yang setiap data kelompok terdiri dari beberapa data yang sama pada data X dan pasangan data Y. Untuk mengetahui kelinearan regresi perlu dilakukan pengujian hipotesis yaitu merumuskan regresi linier, sedangkan untuk menguji keberartian regresi dilakukan pengujian hipotesis tentang koefisien regresi.

3. Uji t

Tujuan menguji β_1 adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dan X. Statistik uji yang dipergunakan (Draper and Smith, 1981).

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:21)

Nilai b_1 di dapat dengan rumus:

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y}{n}}{\sum_{i=1}^n x - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}} \quad (\text{Nirwana SK Sitepu, 1994:18})$$

Nilai S (b_1) didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \frac{S_{Y_1 X}^2}{\sum_{i=1}^n x_1^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}} \quad (\text{Nirwana SK Sitepu, 1994:18})$$

4. Diagram Pencar

Untuk menentukan pola hubungan variabel Y atas variabel X, maka hubungan antara kedua variabel tersebut bisa digambarkan melalui diagram pancar hubungan Y atas X. Diagram pencar akan memberikan petunjuk gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y atas variabel X adalah pola hubungan linier.

5. Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_{Y-\hat{Y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan sarana yang dipergunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel-variabel yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik dan garis. Hubungan fungsional terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau dan variabel terikat Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila dikolerasikan dengan nilai variabel independen. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Nilai dalam variabel *dependen* yang diprediksikan.
 a = Konstanta atau bila harga X = 0 (harga konstan)
 b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel *dependen* yang didasarkan pada variabel *independen*. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.
 X = Nilai variabel *independen*

Dari persamaan diatas perlu dicari koefisien-koefisien regresi a dan b dengan perhitungan :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Sumber: Susetyo (2010:128)

b. Koefisien Kolerasi

Tujuan perhitungan dengan menggunakan analisis kolerasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Dalam penelitian ini data yang akan dikolerasikan berbentuk interval, dan dari sumber data yang sama. Teknik kolerasi yang digunakan adalah kolerasi *Pearson* (*Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*), yaitu:

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

(Suharsimi Arikunto 2010:170)

Keterangan :

r = Koefisien kolerasi antara variabel x dan y antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikolerasikan.

Pedoman yang digunakan sebagai klasifikasi koefisien korelasi disajikan pada Tabel 3.10.

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Besar Koefisien	Klasifikasi
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 (2013: 184).

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien kolerasi yang dikuadratkan (r^2) dinamakan dengan koefisien determinasi atau koefisien penentu. Koefisien determinasi merupakan proporsi untuk menentukan terjadinya persentase variasi bersama antara variabel X (*service convenience*) dengan variabel Y (kepuasaan) jika dikalikan dengan 100%.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono, (2010:210)

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Untuk memberikan gambaran secara visualisasi antara variabel *service*

convenience (X) yang merupakan prediktor untuk variabel kepuasan (Y), maka
Mardalita Anugrowati, 2014
PENGARUH SERVICE CONVENIENCE TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA JASA MASKAPAI
PENERBANGAN CITILINK
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

koefisien determinasi menunjukkan berapa persen variasi variabel kepuasan (Y) dijelaskan oleh variabel *service convenience* (X). Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.11 sebagai berikut.

TABEL 3.11
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFESIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-19,99%	Sangat Lemah
20%-39,99%	Lemah
40%-59,9%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010:214).

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2010:188) antara lain sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Secara statistik hipotesis yang akan diuji 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:

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh *service convenience* terhadap kepuasan pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink

$H_1 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh *service convenience* terhadap kepuasan pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink