

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Dilihat dari unit observasi, maka yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu perusahaan maskapai penerbangan AirAsia dengan mengambil responden penumpang yang telah menggunakan maskapai penerbangan AirAsia dengan rute Bandung – Denpasar. Aspek yang akan dianalisis adalah kinerja harga terhadap reputasi dan keputusan menggunakan maskapai penerbangan. Adapun subjek dalam penelitian sebagai variabel eksogen (X) adalah kinerja harga yaitu peranan alokasi dan peranan informasi harga. Sementara variabel endogen yang terdiri dari variabel antara/Intervening (Y) adalah reputasi yang terdiri dari *Responsibility, Credibility, Trustworthiness dan Responsibility*, serta variabel dependen adalah Keputusan menggunakan (Z) yang terdiri dari pilihan produk, pilihan penjualan, pilihan merek, jumlah pemesanan, persyaratan dan waktu pemesanan dan cara pembayaran.

1.2 Metode Penelitian

1.2.1 Desain dan Jenis Penelitian

Menurut Kerlinger (2004:483) dan Nasution (2003:23), mengatakan bahwa desain penelitian atau rancang bangun penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa, tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian. Menurut Nasution (2003:25) menyebutkan beberapa bentuk desain penelitian, diantaranya ialah desain survey, studi kasus, dan eksperimen.

Metode penelitian dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Consuelo (Husein Umar, 2003:23) menyatakan bahwa :

metode deskriptif adalah untuk membantu dalam hal membandingkan dan menguraikan data-data yang telah ditentukan atau diperoleh adalah dengan

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggunakan metode survey yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Sedangkan, menurut Sugiyono (2005;11) “penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Dilihat dari metode penelitian yang digunakan deskriptif dan verifikatif, eksplanatori atau konfirmatori untuk mengetahui gambaran, menjelaskan, dan menguji kebenaran hipotesis secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat serta hubungan kinerja harga, reputasi perusahaan dan keputusan menggunakan maskapai penerbangan dengan fenomena yang akan diselidiki, desain penelitian yang cocok untuk penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi langsung di lapangan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

1.2.2 Operasional Variabel

Pada dasarnya operasional variabel merupakan proses perlakuan pada variabel penelitian untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi kinerja harga yang terdiri dari peranan alokasi harga dan peranan informasi dari harga sebagai variabel eksogen (X). Berdasarkan variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap reputasi yang terdiri dari *Responsibility, Credibility, Trustworthiness dan Responsibility* sebagai variabel Intervening/antara (Y), dan keputusan menggunakan maskapai penerbangan sebagai variabel dependen (Z), dimana keputusan menggunakan maskapai penerbangan ini yang terdiri dari pilihan produk, pilihan penjualan, pilihan merek, jumlah pemesanan, persyaratan dan waktu pemesanan dan cara pembayaran.

Berikut adalah Operasionalisasi Variabel untuk penelitian berikut ini :

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Harga (X)	Peranan alokasi (X _{1.1})	Elemen kunci pendukung untuk berkomunikasi dengan pasar <i>positioning</i> dari kualitas produk atau merek.	1. Harga yang bersaing 2. Kesesuaian harga 3. Potongan harga	1. Tingkat berdasarkan harga yang bersaing dengan menawarkan harga yang lowcost dibanding dengan perusahaan maskapai lain yang melakukan strategi yang sama.	Interval
		Fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.		1. Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat fungsi maskapai penerbangan AirAsia.	Interval
				1. Tingkat berdasarkan harga promo dengan menawarkan harga yang rendah dibawah harga yang	Interval

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)

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

				sering ditawarkan.	
				2. Tingkat berdasarkan harga diskon dengan memberikan diskon kepada penumpang yang sering menggunakan maskapai AirAsia.	Interval
			4. Cara pembayaran	1. Tingkat berdasarkan cara pembayaran menggunakan kartu kredit atau kartu debit.	Interval
				2. Tingkat berdasarkan cara pembayaran menggunakan uang tunai (cash).	Interval
	Peranan informasi (X _{1,2})	Fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor – faktor produk.	1. Kesesuaian harga	1. Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	Interval
				2. Tingkat kesesuaian harga dengan kenyamanan menggunakan maskapai penerbangan AirAsia	Interval

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)

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

				<p>3. Tingkat kesesuaian harga dengan kepuasan menggunakan maskapai penerbangan AirAsia.</p> <p>4. Tingkat kesesuaian harga dengan rasa bangga menggunakan maskapai penerbangan AirAsia.</p> <p>5. Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh AirAsia.</p>	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>
Reputasi AirAsia (Y)	Reliability (Y _{1.1})	<p>Suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Basya (2006:6)</p> <p>Keandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan</p>	<p>1. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan</p> <p>2. Penerimaan produk oleh konsumen terhadap janji yang diberikan oleh perusahaan</p>	<p>1. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan</p> <p>2. Tingkat penerimaan kualitas pelayanan terhadap janji yang diberikan oleh Air Asia</p>	<p>Interval</p> <p>Interval</p>

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)

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

			3. Keandalan pelayanan yang diberikan	3. Tingkat keandalan pelayanan yang diberikan selama menggunakan penerbangan Air Asia	Interval
	Credibility (Y _{1.2})	Komitmen perusahaan dengan yang dilaporkan kepada media atau publik.	1. Laporan keuangan	1. Tingkat kepercayaan terhadap Air Asia yang menginformasikan melalui keterbukaan laporan keuangan	Interval
			2. Kualitas manajemen perusahaan	2. Tingkat kualitas yang diberikan manajemen perusahaan Air Asia kepada penumpang	Interval
			3. Keterbukaan informasi laporan tahunan	3. Tingkat informasi laporan tahunan perusahaan Air Asia	Interval
	Trustworthiness (Y _{1.3})	Kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan	1. Kepercayaan sebagai perusahaan penerbangan dengan biaya rendah	1. Tingkat kepercayaan konsumen sebagai perusahaan penerbangan dengan biaya rendah	Interval
			2. Kejujuran karyawan	2. Tingkat kejujuran karyawan Air Asia dalam	Interval

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)

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

	Responsibility (Y _{1.4})	Realisasi dari tindakan perilaku sebagai wujud sosial kepada komunitas disekitar perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggung jawab dalam menyelesaikan janji perusahaan 2. Tanggung jawab perusahaan terhadap keluhan penumpang 3. Tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar 	<p>melayani konsumen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat tanggung jawab dalam menyelesaikan janji 2. Tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap keluhan penumpang 3. Tingkat tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar 	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>
Keputusan Pembelian (Z)		Pengambilan keputusan pembelian dapat disebabkan oleh produk, harga, lokasi, maupun promosi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Produk 2. Pilihan Penjualan 3. Jumlah pesanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pertimbangan faktor kualitas produk oleh penumpang menggunakan maskapai Air Asia 1. Tingkat pertimbangan faktor pilihan penjualan oleh penumpang menggunakan maskapai Air Asia 1. Tingkat pertimbangan faktor jumlah pesanan oleh penumpang 	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)

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

				menggunakan maskapai Air Asia	
			4. Persyaratan dan waktu pemesanan	1. Tingkat pertimbangan faktor persyaratan dan waktu pemesanan oleh penumpang menggunakan maskapai Air Asia	Interval
			5. Pilihan merek	1. Tingkat pertimbangan faktor pilihan merek oleh penumpang menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	Interval
			6. Cara pembayaran	1. Tingkat pertimbangan faktor cara pembayaran oleh penumpang menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	Interval

1.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Riduwan (2004:106), mengatakan bahwa data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Dalam pengambilan data ada dua sumber yaitu sumber data sekunder dan sumber data primer.

Menurut Ridwan (2004:97) mengatakan bahwa pengambilan data yang dihimpun langsung oleh peneliti disebut sumber data primer, sedangkan apabila

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

melalui tangan kedua disebut sumber data sekunder. Sedangkan menurut Sugiyono (2005:129), pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau media lain.

Untuk lebih jelas mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data dan menyajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber data Penelitian

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Profil AirAsia Indonesia	Sekunder	AirAsia Indonesia
2.	Jumlah perusahaan maskapai yang beroperasi di Indonesia	Sekunder	www.dephub.co.id
3.	Jumlah maskapai yang berbiaya rendah	Sekunder	www.wikipedia.org
6.	Jumlah konsumen AirAsia dengan rute Bandung – Denpasar	Sekunder	AirAsia Indonesia
7.	Tanggapan pelanggan terhadap kinerja harga tiket	Primer	Pelanggan AirAsia Indonesia
8.	Tanggapan pelanggan terhadap reputasi produk AirAsia	Primer	Pelanggan AirAsia Indonesia
9.	Tanggapan pelanggan terhadap keputusan menggunakan maskapai penerbangan AirAsia	Primer	Pelanggan AirAsia Indonesia

1.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2009:61), populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi dalam penelitian ini Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

adalah karakteristik yang menyangkut faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan maskapai penerbangan AirAsia yaitu pelanggan yang sudah menggunakan maskapai penerbangan AirAsia rute Bandung – Denpasar sebanyak 214.450 penumpang selama 3 tahun.

Tabel 3.3
Daftar Jumlah Penumpang AirAsia
Dengan rute Bandung – Denpasar
Pada Tahun 2010 - 2012

Tahun	Jumlah Penumpang	Laju Pertumbuhan
2010	47.418 penumpang	-
2011	78.119 penumpang	39,7%
2012	88.913 penumpang	11%

Sumber: bisnis-jabar.com

1.3.2 Sampel

Menurut Sugiono (2009:62), mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri – ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Dalam menentukan jumlah sample digunakan pengambilan sample dengan menggunakan *simple random sampling* dari Harun Al Rasyid (1994:44). Penelitian ini bersifat sosial, oleh karena itu taraf kesalahan ditetapkan sebesar 5%. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

N : Populasi

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)

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

- n : Banyaknya sample yang diambil dari seluruh unit
 S : Simpangan baku
 δ : *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dkehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sample dari jumlah populasi ada yaitu sebagai berikut :

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Jumlah item pertanyaan = 29
- Nilai tertinggi skor responden = $29 \times 5 = 145$
- Nilai terendah skor responden = $29 \times 1 = 29$
- Rentang = nilai tertinggi – nilai terendah = $145 - 29 = 116$
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*), diperoleh :

$$S = (0,21)(116) = 24,36$$

Diperoleh S = (0,21), berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk uniform.

- 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 sample yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu :

$$N = 214.450$$

$$\delta = 5\%$$

$$Z = 1,96$$

$$S = 24,36$$

$$n_0 = Z \left[\frac{\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) S}{\delta} \right] = \left[\frac{(1,96)(24,36)}{5} \right]$$

$$n_0 = \left[\frac{47,5}{5} \right] = (9,5)$$

$$n_0 = 90,25$$

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$n_0 = 90$$

Nilai n_0 yaitu sebesar 90 setelah itu kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai n untuk mendapatkan jumlah sample yang akan diteliti.

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

$$n = \frac{90}{1 + \frac{90}{214.450}}$$

$$n = \frac{90}{1,0004} = 89,96 \text{ (90)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka sample minimal dari penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh ukuran sample (n) minimal sebesar 90. Menurut Winarno Surakhmad (1998:100), mengatakan bahwa untuk jaminan ada baiknya sample selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Kemudian agar sample yang digunakan representative, maka pada penelitian ini ditentukan sample yang berjumlah 100 orang. Teknik ukuran sampel secara proporsional dengan strata populasi (*proportional to size*) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \cdot n$$

Keterangan :

n_1 : ukuran sampel tiap stratum

N_1 : ukuran populasi tiap stratum

N : ukuran populasi

n : ukuran sampel

Tabel 3.4
Penyebaran Sample Proposional

Tahun	Perhitungan Sample	Proposional
2010	$\frac{47418}{214450} \times 100$	22
2011	$\frac{78119}{214450} \times 100$	36
2012	$\frac{88913}{214450} \times 100$	42
Total		100

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber : Hasil Pengolahan data

3.3.3 Teknik Sampling

Data yang telah diperoleh dari responden sebagai populasi penelitian akan diambil sampelnya berdasarkan teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2009:63) mengatakan bahwa *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik simple random sampling. Menunjukkan responden sebagai anggota sampel dilakukan secara acak untuk setiap peringkat, sehingga memenuhi jumlah sampel yang ditentukan.

1.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan dua bagian yaitu data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan cara :

a. Kuisioner (Angket)

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan (angket) yang disebarakan kepada sejumlah responden. menyebarkan kuisioner kepada responden atau konsumen yang telah menggunakan maskapai penerbangan AirAsia rute Bandung – Denpasar. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, harga, reputasi AirAsia dan keputusan menggunakan maskapai penerbangan AirAsia.

b. Wawancara

Yaitu data yang diperoleh dengan cara komunikasi atau tanya jawab secara langsung. Wawancara dengan pihak pengelola untuk mencari data tentang permasalahan yang dihadapi perusahaan dan tentang topik yang diteliti dengan mengadakan tanya jawab langsung.

c. Observasi

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Yaitu dengan melakukan peninjauan di lokasi penelitian untuk memperoleh data tentang konsep dan jumlah konsumen yang menggunakan maskapai penerbangan rute Bandung – Denpasar.

d. Kajian pustaka

Yaitu peneliti mencari bahan informasi yang dapat dijadikan sebagai data dari berbagai literature seperti buku – buku, tesis, jurnal, majalah, internet, harian umum yang berhubungan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari harga, reputasi AirAsia dan keputusan menggunakan maskapai penerbangan AirAsia.

1.4.1 Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21.0 for IBM.

1.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuesioner yang disebar, menurut Kusnendi (2008:94), mengatakan validitas menunjukkan kemampuan instrument penelitian mengukur dengan tepat atau benar apa yang hendak di ukur Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:274)

Keterangan:

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari 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

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5
Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interprestasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002:245)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (y) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}; db = n - 2$$

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika rhitung > rtabel .
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika rhitung < rtabel

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 adalah validitas dari instrumen kinerja harga sebagai variabel X, instrument Reputasi sebagai variabel Y dan instrumen keputusan menggunakan sebagai variabel Z. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X adalah 12 dan seluruh item

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tersebut valid, jumlah pertanyaan untuk variabel Y adalah 11, sedangkan untuk item pertanyaan Variabel Z berjumlah 6 item.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KINERJA HARGA

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Kinerja Harga				
1. Peranan Alokasi				
1	Harga yang ditawarkan oleh Air Asia dibanding dengan maskapai penerbangan lain	0,652	0,374	Valid
2	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan manfaat yang dirasakan sebagai alat transportasi udara	0,638	0,374	Valid
3	Frekuensi memberikan penawaran harga promo yang lebih rendah dari harga rata – rata maskapai penerbangan lain.	0,857	0,374	Valid
4	Memberikan harga diskon tambahan kepada penumpang yang sering menggunakan maskapai penerbangan Air Asia.	0,749	0,374	Valid
5	Tingkat kemudahan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit	0,726	0,374	Valid
6	Tingkat kemudahan pembayaran dengan menggunakan kartu debit	0,766	0,374	Valid
7	Tingkat kemudahan pembayaran menggunakan uang tunai (cash)	0,780	0,374	Valid
2. Peranan Informasi				
8	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Air Asia	0,768	0,374	Valid
9	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kenyamanan dalam menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	0,821	0,374	Valid
10	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kepuasan penumpang dalam menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	0,728	0,374	Valid
11	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan rasa bangga konsumen dalam menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	0,793	0,374	Valid
12	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang diberikan oleh Air Asia.	0,640	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel kinerja harga dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi peranan alokasi dengan item

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pernyataan, Frekuensi memberikan penawaran harga promo yang lebih rendah dari harga rata – rata maskapai penerbangan lain, yang bernilai 0.857, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi peranan lokasi dengan item pernyataan, kesesuaian harga yang ditawarkan dengan manfaat yang dirasakan sebagai alat transportasi udara yang bernilai 0.638 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel reputasi berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for IBM. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.7 yang disajikan sebagai berikut.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS REPUTASI

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Reputasi				
1. Reliability				
1	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan.	0,891	0,374	Valid
2	Penerimaan kualitas pelayanan terhadap janji yang diberikan oleh Air Asia kepada penumpang	0,795	0,374	Valid
3	Keandalan pelayanan yang diberikan selama menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	0,900	0,374	Valid
2. Credibility				
4	Kepercayaan terhadap Air Asia yang menginformasikan melalui keterbukaan laporan keuangan.	0,846	0,374	Valid
5	Tingkat kualitas yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan Air Asia kepada penumpang.	0,874	0,374	Valid
6	Informasi laporan tahunan perusahaan Air Asia	0,889	0,374	Valid
3. Trustworthniess				
7	Kepercayaan penumpang kepada Air Asia sebagai perusahaan penerbangan dengan biaya rendah (<i>lowcost carrier</i>)	0,387	0,374	Valid
8	Kejujuran karyawan Air Asia dalam melayani penumpang	0,627	0,374	Valid
4. Responsibility				

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Reputasi				
9	Tanggung jawab perusahaan Air Asia dalam memberikan janji.	0,778	0,374	Valid
10	Tanggung jawab perusahaan Air Asia dalam menyelesaikan keluhan dari penumpang.	0,857	0,374	Valid
11	Tanggung jawab perusahaan Air Asia terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar	0,654	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.7 pada instrumen variabel reputasi dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *reliability* dengan item pernyataan, Keandalan pelayanan yang diberikan selama menggunakan maskapai penerbangan Air Asia, yang bernilai 0.900, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *trustworthniess* dengan item pernyataan, Kepercayaan penumpang kepada Air Asia sebagai perusahaan penerbangan dengan biaya rendah (*lowcost carrier*), yang bernilai 0.387 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan menggunakan berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for IBM*. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.8 yang disajikan sebagai berikut.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN				
1. Pilihan Produk				
1	Tingkat pertimbangan faktor kualitas produk oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia	0,898	0,374	Valid
2. Pilihan Penjualan				
2	Tingkat pertimbangan faktor pilihan penjualan Air Asia yang tinggi	0,841	0,374	Valid

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN				
	oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia.			
3. Jumlah Pesanan				
3	Tingkat pertimbangan faktor jumlah pemesanan oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia.	0,888	0,374	Valid
4. Persyaratan dan Waktu Pembayaran				
4	Tingkat pertimbangan faktor persyaratan dan waktu pembayaran oleh penumpang untuk menggunakan maskapai penerbangan Air Asia	0,848	0,374	Valid
5. Pilihan Merek				
5	Tingkat pertimbangan faktor pilihan merek oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia	0,811	0,374	Valid
6. Cara Pembayaran				
6	Tingkat pertimbangan faktor cara pembayaran yang mudah oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia.	0,849	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan Tabel 3.8 pada instrumen variabel keputusan menggunakan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi pilihan produk dengan item pernyataan, tingkat pertimbangan faktor kualitas produk oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia, yang bernilai 0.898, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi Pilihan merek dengan item pernyataan, Tingkat pertimbangan faktor pilihan merek oleh penumpang untuk menggunakan maskapai Air Asia yang bernilai 0.811 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

1.4.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2003:203), mengatakan bahwa Reliabilitas (reliability) adalah suatu pengukuran untuk menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukuran.

Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor antara satu sampai dengan lima menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu :

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

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

(Husein Umar, 2004:146)

Keterangan :

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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan.

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Husein Umar, 2004:146})$$

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Suharsimi Arikunto (2004:156) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Butir- butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.9 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama

TABEL 3.9
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
----	----------	--------------	-------------	------------

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1	Kinerja Harga	0,926	0,374	Reliabel
2	Reputasi	0,933	0,374	Reliabel
3	Keputusan Menggunakan	0,924	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2013 (Menggunakan SPSS 21,00 For IBM)

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis jalur.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh deskriptif dengan menganalisis harga terhadap reputasi Air Asia dan dampaknya pada keputusan menggunakan maskapai penerbangan Air Asia. Data kuantitatif yang merupakan sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari skor kuesioner. Kuesioner dibuat dalam bentuk daftar isian yang pernyataan yang isinya berdasarkan indikator yang melekat pada masing – masing variabel yang akan diteliti, yaitu variabel tidak bebas (endogen) adalah keputusan pembelian dan variabel bebas (eksogen) adalah harga, serta variabel endogen (variabel antara) adalah reputasi perusahaan. Langkah – langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah – langkah sebagai berikut :

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Pengujian

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah path analysis (analisis jalur).

1.5.2 Path Analysis (analisis jalur)

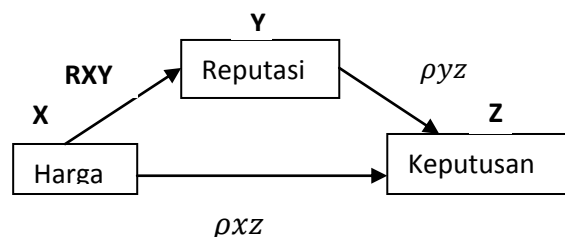
Menurut Kusnendi (2008:147), mengatakan bahwa

Analisis jalur adalah metode analisis data multivariat dependensi yang digunakan untuk menguji hipotesis hubungan asimetris yang dibangun atas dasar kajian teori tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat yang dapat diobservasi secara langsung.

Setelah data menjadi penelitian berskala interval. Berdasarkan prosedur pengujian model analisis jalur menunjukkan bila peneliti tidak berhenti sampai hipotesis diterima atau tidak. Untuk dapat memprediksi apakah model ini cocok diterapkan pada populasi dari sampel yang diteliti atau tidak, harus dilalui melalui prosedur hasil estimasi dianalisis dengan diawali uji validitas dan reabilitas.

Untuk dapat terlihat adanya hubungan antar variabel perlu terlebih dahulu membentuk hipotesis konseptual dengan menggambarkan paradigma. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan yang adanya saling hubungan antar variabel. Pasangan ditentukan data variabel eksogen dengan variabel endogen dari semua penelitian.

Untuk mengetahui korelasi antara variabel harga, reputasi perusahaan dan pengaruh diantara dimensi atau sub variabel penelitian terhadap keputusan pembelian, data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan Analisis jalur (*Path Analysis*).



Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 3.1

Struktur Analisis Jalur (Path Analysis) Hubungan Antar Variabel Penelitian

Keterangan :

X : Variabel Kinerja Harga

Y : Variabel Reputasi Perusahaan

Z : Variabel Keputusan Pembelian

ϵ : Variabel luar yang mempengaruhi Y dan tidak diteliti

RXY : Korelasi antara variable X (Harga) dan Y (Reputasi Perusahaan)

ρ_{xz} : Pengaruh variabel X (harga) terhadap variabel Z (Keputusan pembelian)

ρ_{yz} : Pengaruh variabel Y (Reputasi Perusahaan) terhadap variabel Z(Keputusan pembelian)

Teknik analisis yang cocok untuk menguji model tersebut dengan menggunakan analisis jalur (*Path analysis*). Menurut Kusnendi (2005:147) mengatakan bahwa dalam model analisis jalur yang dianalisis adalah hubungan sebab akibat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung (*direct effect*), dan tidak langsung (*indirect effect*) seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat.

1.5.2.1 Koefisien jalur

Menurut Kusnendi (2008:156), mengatakan bahwa koefisien jalur adalah koefisien regresi yang distandarkan, yaitu koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku. Artinya, semua unit pengukuran variabel penelitian disamakan dengan nilai rata – rata sama dengan nol dan simpangan baku sama dengan satu. Karena unit pengukuran variabel telah disamakan maka koefisien jalur mengukur pengaruh antarvariabel dalam model yang dianalisis.

Untuk mendapatkan koefisien jalur pertama dicari korelasi antar variabel penelitian dengan rumus :

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$r_1 = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Hasil dari korelasi masing – masing variabel kemudian disusun dalam sebuah matriks korelasi sebagai berikut :

$$R = \begin{bmatrix} r_{x1x1} & r_{x2x1} & r_{yx1} \\ & r_{x2x2} & r_{yx2} \\ & & r_{yy} \end{bmatrix}$$

- a. Identifikasi model atau sub struktur yang akan dihitung koefisien jalurnya dan rumuskan persamaan strukturnya sehingga jelas variabel apa yang diberlakukan sebagai variabel endogen.
- b. Identifikasi matriks korelasi antar variabel eksogen yang sesuai dengan model atau sub struktur yang akan dihitung koefisien jalurnya

1.5.2.2 Koefisien Determinasi Multiple (R^2) dan Error Variable

Menurut Kusnendi (2008:157), mengatakan bahwa koefisien determinasi atau squared multiple atau koefisien variasi yang menjelaskan yang dinotasikan sebagai R^2 , menunjukkan besarnya pengaruh bersama atau serempak seperangkat variabel penyebab terhadap satu variabel akibat yang terdapat dalam model structural yang dianalisis. Koefisien R^2 berkisar antara 0 sampai 1.

$$\rho_{yxk} = \frac{S_k}{S_y} (b_k) = \sum_{j=1}^k CR_{ij} r_{yxj}$$

Keterangan :

S_k = Standar deviasi variabel eksogen (independen)

S_y = Standar deviasi variabel endogen (dependen)

b_k = Koefisien regresi yang tidak distandarkan dalam persamaan structural yang dianalisis.

CR_{ij} = Elemen pada baris ke-I dan kolom ke-j dari matriks balikan (*inverse*) korelasi

r_{yxj} = Korelasi antar variabel Y dengan variabel X_j

Anisa Rosdiana, 2013

Analisis Kinerja Harga Pengaruhnya Terhadap Reputasi Dan Keputusan Menggunakan Jasa Penerbangan (Survei Pada Penumpang Air Asia Rute Bandung-Denpasar)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan koefisien determinasi selanjutnya dapat diidentifikasi besaran koefisien jalur e_i (ρ_{ei}). Koefisien jalur tersebut mewakili estimasi atau taksiran pengaruh variabel lain (error variables) yang tidak diobservasi atau tidak dijelaskan dalam model. Besarnya varians yang tidak dijelaskan didefinisikan oleh persamaan berikut :

$$E_{i=1} = \sqrt{1-R_{ij}^2} \quad (\text{Kusnendi, 2006:111})$$

Dalam persamaan di atas, R_{ij}^2 adalah koefisien determinasi yang menunjukkan besarnya variasi yang dijelaskan oleh model atau besarnya pengaruh secara bersama atau serempak variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen) yang terdapat dalam model yang dianalisis. Besarnya koefisien dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{ij}^2 = \sum(\rho_{ij})(r_{ij}) \quad (\text{Kusnendi, 2006:111})$$

Statistic r_{ij} dalam rumus di atas adalah koefisien korelasi (zero order correlation) antara variabel eksogen i dengan variabel endogen j .

1.5.2.3 Uji Hipotesis

Menurut Kusnendi (2006:38), mengatakan bahwa dalam pengujian analisis jalur dilakukan dalam tiga tahap, yaitu pengujian bermakna koefisien determinasi, pengujian individual, koefisien jalur.

1.5.2.3.1 Uji Hipotesis

Menurut Ferdinand (2002) dalam (Kusnendi, 2006:111), mengatakan bahwa uji individual untuk mengetahui kebermaknaan atau signifikan setiap koefisien jalur dengan statistic uji t . Secara individual, pengujian koefisien jalur dilakukan melalui statistic uji t . dalam format AMOS, statistic uji t adalah identik dengan statistic *Critical Ratio* (CR), dihitung dengan rumus :

$$CR_i = t_i = \frac{\rho_{ij}}{se_{\rho_{ij}}}$$

Statistic $se_{\rho_{ij}}$ dalam rumus di atas menunjukkan standard error untuk setiap koefisien jalur yang diperoleh. Kriteria uji adalah H_0 ditolak jika nilai P hitung

lebih kecil atau sama dengan tingkat kesalahan (α) yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan yang masih bisa ditetapkan 0,05.

H_0 : tidak ada perbedaan antara matriks kovarians sampel dengan matriks kovarians populasi

H_1 : Ada perbedaan antara matriks kovarians sampel dengan matriks kovarians populasi.

Mengacu pada paparan di atas, maka rancangan pengujian hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut :

Tabel 3.6
Rancangan Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian	Hipotesis Statistik	Uji Statistik	Kriteria Uji
Secara Individual	$H_0 : \rho_{ij} = 0$ $H_0 : \rho_{ij} > 0$	Secara Parsial, Y tidak dipengaruhi oleh X_1 dan X_2 Secara Parsial, Y dipengaruhi secara Positif oleh X_1 dan X_2	Nilai CR Diharapkan H_0 ditolak jika nilai $\rho \leq 0,05$
Secara keseluruhan (overall model fit)	$H_0 : R = R(\theta)$ $H_1 : R \neq R(\theta)$	Matriks korelasi antar variabel Y, X_1 , dan X_2 sampel tidak berbeda dengan matriks korelasi populasi	Nilai ρ RMSEA GFI AGFI NFI TLI CMN/DF CFI Diharapkan H_0 diterima jika : $\geq 0,05$ $\leq 0,08$ $\geq 0,90$ $\geq 0,90$ $\geq 0,90$ $\geq 0,90$ $\leq 2,00$ $\geq 0,90$