

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *experiential value* terhadap *behavioral intention* pada penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas atau *independent variable* (*X*) dan variabel terikat atau *dependent variable* (*Y*). *Independent variable* atau variabel bebas adalah variabel yang menimbulkan atau menjadi sebab timbulnya variabel yang lain. Sedangkan *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang timbul sebagai akibat adanya variabel yang lain. Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah *experiential value* yang meliputi *functional value*, *value for money* dan *novelty value*. Sementara, variabel terikat (*dependent variable*) adalah *behavioral intention*. Unit analisis pada penelitian ini adalah penumpang yang sudah pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional Haneda, Hongkong, Incheon dan Kansai.

Berdasarkan waktu penelitian, penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang digunakan adalah *cross-sectional method*. *Cross-sectional method* adalah metode mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu dan tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Sekaran, 2016). Pada penelitian dengan penggunaan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Penentuan jenis penelitian dan metode yang digunakan harus dilakukan pada setiap penelitian, agar tujuan dari penelitian tersebut dapat diketahui dan dicapai. Penelitian dapat berupa deskriptif dan pengujian verifikatif (Sekaran, 2016). Adapun jenis penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memastikan dan mampu menggambarkan karakteristik dari variabel dalam sebuah situasi (Sekaran, 2016). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *experiential value* terhadap *behavioral intention* pada penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional Haneda, Hongkong, Incheon dan Kansai.

Tasha Aulia Puteri, 2019

PENGARUH EXPERIENTIAL VALUE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (SURVEI TERHADAP PENUMPANG MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA RUTE INTERNASIONAL)
Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Sementara itu, pengujian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan mengumpulkan data di lapangan (Sekaran, 2016). Penelitian dengan pengujian hipotesis menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau membentuk perbedaan antar kelompok dua faktor atau lebih dalam sebuah situasi. Adapun hubungan yang diuji dalam penelitian ini adalah pengaruh *experiential value* terhadap *behavioral intention* pada penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional Haneda, Hongkong, Incheon dan Kansai

Berdasarkan jenis penelitiannya. Maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode *exploratory survey*. Metode *exploratory survey* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Sekaran, 2016).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudia ditarik kesimpulannya (Sekaran, 2016).

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *experiential value* sebagai *independent variabel* (X) yang memiliki tiga dimensi yaitu *functional value*, *value for money* dan *novelty value*. Sementara untuk *dependent variabel* (Y) yaitu *behavioral intention*. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat secara lebih rinci dalam Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel sebagai berikut :

**TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Experiential Value (X)		<i>Experiential value</i> menurut Hung-Che Wu adalah persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang didapatkan pelanggan melalui penggunaan secara langsung atau observasi secara tidak langsung (Wu, 2018).			
	Functional value (X1)	Utilitas yang dirasakan dan diperoleh dari kinerja fisik yang menjadi penyebab utama konsumen memilih suatu	<i>Consistent level of quality</i>	Tingkat pengalaman yang ditawarkan oleh Maskapai penerbanga	Ordinal

	produk atau jasa berdasarkan nilai uang, kualitas, keandalan, daya tahan, dan harga.	<i>Acceptable standard of quality</i>	Tingkat kualitas pengalaman layanan yang ditawarkan maskapai penerbangan Garuda Indonesia dapat diterima	Ordinal
	<i>Well organized</i>		Tingkat pengalaman layanan maskapai Garuda Indonesia terstruktur dengan baik	Ordinal
<i>Value for money (X2)</i>	mencerminkan seberapa sesuai harga yang dikeluarkan oleh pelanggan dengan nilai yang dia terima	<i>reasonable</i>	Tingkat harga yang dibayarkan oleh penumpang saat menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia layak	Ordinal
		<i>acceptable</i>	Tingkat harga untuk pengalaman layanan yang ditawarkan oleh	Ordinal

			maskapai penerbanga n Garuda Indonesia dapat diterima <i>Correctly priced</i>	Tingkat	Ordinal
			harga yang ditawarkan maskapai penerbanga n Garuda Indonesia tepat		
	<i>Novelty Value (X3)</i>	Kebutuhan dan keinginan penumpang untuk mencari pengalaman baru, sensasi dan petualangan	<i>Authentic/ge nuine</i>	Tingkat pengalaman layanan yang didapatkan oleh penumpang maskapai penerbanga n Garuda Indonesia sesuai dengan kebudayaan asli Indonesia <i>Educational</i>	Ordinal
				Tingkat pengalaman layanan yang ditawarkan oleh maskapai penerbanga n Garuda Indonesia dapat memberika n pembelajara n bagi penumpang <i>Unique</i>	Ordinal
				Tingkat pengalaman	Ordinal

				layanan yang diterima oleh penumpang maskapai penerbanga n Garuda Indonesia unik	
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	<i>Behavioral Intention</i> merupakan keinginan pengunjung untuk berperilaku di masa depan dan merupakan suatu prediktor perilaku pengunjung saat berkunjung di masa depan (Park, Lee, Kwon, & Pobil, 2015)				
<i>Revisit intentions</i>	Niat untuk membeli/mengunjungi kembali barang/jasa setelah pernah membeli barang/jasa sebelumnya.	<i>Repeat visiting intention</i>	Tingkat niat untuk menggunakan kembali maskapai penerbangan Garuda Indonesia di masa mendatang	Ordinal	
		<i>First choice</i>	Tingkat kesediaan untuk menjadikan maskapai Garuda Indonesia sebagai pilihan pertama untuk digunakan di masa depan	Ordinal	
<i>Word-of-mouth</i>	Niat untuk menyebarkan pembicaraan positif kepada orang lain.	<i>Spread Positive words</i>	Tingkat kesediaan memberikan tanggapan positif kepada orang lain mengenai Garuda Indonesia	Ordinal	

		<i>Encourage others</i>	Tingkat kesediaan mengajak orang lain untuk menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia	
	<i>Willingness to pay</i>	Niat keinginan untuk tetap menggunakan walau dengan harga yang lebih tinggi	<i>Continue to Use</i>	Tingkat kesediaan untuk menggunakan kembali Garuda Indonesia secara berkelanjutan walau dengan harga yang tinggi
	<i>Price Toleration</i>		<i>Price Toleration</i>	Tingkat kesediaan untuk tetap setia menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia walaupun mengalami kenaikan harga disbanding sebelumnya

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2016). Data primer dalam penelitian ini adalah data

yang akan diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional yang sedang atau sudah pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada (Sekaran, 2016).

Untuk penjelasan yang lebih rinci akan dijelaskan dalam Tabel 3.2 yang menjelaskan mengenai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

**TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data jumlah penumpang maskapai penerbangan domestik dan internasional	Sekunder	Databoks, katadata
2.	Data jumlah penumpang Garuda Indonesia 2017-2018 Rute Internasional	Sekunder	PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Branch Office Bandung
3.	Tanggapan penumpang mengenai <i>experiential value</i> di maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional	Primer	Penumpang yang menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute penerbangan internasional
4.	Tanggapan penumpang mengenai <i>behavioral intention</i> di maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional	Primer	Penumpang yang menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute penerbangan internasional

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Mengumpulkan, menganalisa data dan menentukan populasi merupakan suatu langkah yang penting dalam sebuah penelitian. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin teliti (Sekaran,2003). Penentuan populasi dimulai dengan penentuan mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian, yang disebut populasi yaitu sasaran yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Sehingga apabila dalam hasil penelitian

dikeluarkan kesimpulan, maka kesimpulan penelitian tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang rute internasional haneda, hongkong, incheon dan kansai maskapai penerbangan Garuda Indonesia sebagaimana disajikan Tabel 3.3 berikut ini.

**TABEL 3.3
DATA JUMLAH PENUMPANG RUTE INTERNASIONAL HANEDA,
HONGKONG, INCHEON DAN KANSAI MASKAPAI PENERBANGAN
GARUDA INDONESIA TAHUN 2017-2018**

Service	Route	Pax 2016	Pax 2017	Pax 2018
INT	CGKHND	4289	4792	3132
INT	CGKHKG	6378	7582	5066
INT	CGKICN	8544	9016	5803
INT	CGKKIX	4782	4686	3166
TOTAL				17.167

Sumber : *Sales and Service Unit*

Berdasarkan data yang diperoleh dari Sales and Service Unit Garuda Indonesia jumlah populasi yang didapatkan oleh Garuda Indonesia dalam kurun waktu tahun terakhir adalah sebanyak 17.167 penumpang.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah bagian dari populasi yang meliputi beberapa anggota terpilih darinya (Sekaran, 2016). Dalam mempermudah pelaksanaan penelitian, diperlukan suatu sampel karena tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti, meskipun kesimpulan dan saran dari penelitian ini ditujukan untuk populasi. Hal ini disebabkan beberapa keterbatasan. Keterbatasan itu antara lain keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan sebagian dari objek populasi tersebut diambil mewakili yang sebagian lain yang tidak diteliti. Untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili dari populasi penelitian, menurut Slovin (Sevilla, 1960) dapat ditentukan berdasarkan aturan berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel 43,9

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (5 %)

Berdasarkan rumus tersebut, ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{17.167}{1 + 17.167 (0,05)^2} \\ &= \frac{17.167}{1 + 17.167 (0,0025)} \\ &= \frac{17.167}{43,9} \\ &= 391 \end{aligned}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu sebagian dari penumpang yang pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional yaitu sebanyak 400 penumpang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) dapat diartikan sebagai proses memilih unit atau elemen atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili (Silalahi, 2009).

Terdapat dua tipe utama pada teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sekaran, 2016). *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi tiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi tiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sekaran, 2016). *Non probability sampling* terdiri dari dua kategori yaitu *convenience sampling* dan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah

teknik pengambilan sampel dengan mendasarkan karakteristik tertentu yaitu karakteristik yang memiliki sangkut paut dengan ciri dan sifat populasi (Sekaran, 2016). Teknik sampling ini terdiri dari dua jenis utama teknik pengambilan sampel yaitu *judgement sampling* dan *quota sampling*.

Masalah yang diteliti dalam penelitian adalah *behavioral intention*, sehingga populasi yang dapat menjadi sampel adalah penumpang yang pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional. Penelitian ini menggunakan teknik *judgemental sampling* yaitu, teknik pengambilan sampel yang melibatkan berbagai pilihan subjek penelitian yang memiliki posisi terbaik atau berada di tempat yang paling menguntungkan dalam menyediakan informasi (Sekaran, 2016).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data (Sekaran, 2016). Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi literatur

Teknik pengumpulan data juga dilakukan melalui studi literatur yaitu pengumpulan data sekunder yang berhubungan dengan teori-teori terkait dengan variabel dan masalah yang diteliti yang terdiri dari *experiential value* dan *behavioral intention* dengan cara mempelajari buku atau jurnal, website, serta tesis dan disertasi, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori atau konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah penumpang yang sudah pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan adalah jenis kuesioner tertutup dimana jawaban sudah tersedia sehingga responden dapat memilih jawaban yang sudah terdapat pada kuisioner dan sesuai dengan persepsi. Keuntungan dari kuesioner antara lain dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden, dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing, jawaban dapat bedasarkan apa yang responden rasakan, dapat menyesuaikan dengan waktu kesenggangan responden, dan dapat distandarisasi sehingga seluruh responden mendapatkan pertanyaan yang sama. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada responden yaitu penumpang yang sudah pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional.

4. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan cara memberikan pertanyaan lisan pada pihak manajemen Garuda Indonesia Branch Office Bandung dengan tujuan memperoleh data mengenai profil Garuda Indonesia serta program pemasaran yang dilakukan untuk memperoleh *behavioral intention* khususnya penerapan *experiential value*. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu penumpang maskapai penerbangan Garuda Indonesia yang sudah pernah menggunakan maskapai penerbangan Garuda Indonesia rute internasional.

3.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh variabel *experiential value* (X) terhadap variabel *behavioral intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarluaskan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.3.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas adalah sejauh mana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen (item-item dan kategori respon yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok atau situasi-situasi dalam karakteristik (variabel) yang diketemukan untuk ukuran (Silalahi, 2009). Validitas internal atau rasional yaitu jika kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal yaitu, jika kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y

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

Selain menggunakan rumus korelasi *product moment*, dapat juga menggunakan rumus signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan dk= n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Bedasarkan jumlah angket yang diuji ssebanyak 30 esponden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) n-2, maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361

5. Hasil pengujian validitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program SPSS (*Statistical product for Service Solution*) 20 for windows.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pertanyaan	rhitung	rabel	Keterangan
<i>Experiential Value</i>				
A. Functional Value				
1.	Kualitas pengalaman layanan yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia konsisten	0,815	0,361	Valid
2.	Kualitas pengalaman layanan yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia dapat diterima	0,690	0,361	Valid
3.	Kualitas pengalaman yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia terorganisir dengan baik	0,635	0,361	Valid
B. Value for Money				
4.	Harga yang dibayarkan saat menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia adalah harga yang layak	0,750	0,361	Valid
5.	Harga yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia dapat diterima dengan baik	0,781	0,361	Valid
6.	Harga yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sudah tepat	0,491	0,361	Valid
C. Novelty Value				
7.	Pengalaman layanan yang didapatkan oleh penumpang Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sesuai dengan kebudayaan asli Indonesia	0,844	0,361	Valid
8.	Pengalaman layanan yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia dapat memberikan pembelajaran bagi penumpang	0,897	0,361	Valid
9.	Pengalaman layanan yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia unik	0,807	0,361	Valid
<i>Behavioral Intention</i>				
10.	Kesediaan untuk menggunakan kembali Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di masa mendatang	0,951	0,361	Valid
11.	Kesediaan untuk menjadikan Maskapai Penerbangan Garuda	0,893	0,361	Valid

	Indonesia sebagai pilihan pertama untuk digunakan di masa depan			
12.	Kesediaan memberikan tanggapan positif kepada orang lain mengenai Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia	0,893	0,361	Valid
13.	Kesediaan mengajak orang lain untuk menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia	0,954	0,361	Valid
14.	Kesediaan untuk menggunakan kembali Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia secara berkelanjutan	0,957	0,361	Valid
15.	Kesediaan untuk tetap setia menggunakan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia walaupun mengalami kenaikan harga	0,954	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas angket kuesioner yang diuji kepada 30 responden dapat diketahui bahwa semua item pada variabel *experiential value* terhadap *behavioral intention* dapat dikatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari semua nilai r_{hitung} yang didapat lebih besar dari r_{tabel} (0,361). Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi pada variabel *experiential value* terdapat pada item pernyataan “Pengalaman layanan yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia dapat memberikan pembelajaran bagi penumpang” sebesar 0,897. Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “Harga yang ditawarkan oleh Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sudah tepat” sebesar 0,491. Sedangkan pada variabel *behavioral intention* hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi yaitu pada item pernyataan “Kesediaan untuk menggunakan kembali Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia secara berkelanjutan” sebesar 0,957, sedangkan hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pernyataan “Kesediaan untuk menjadikan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sebagai pilihan pertama untuk digunakan di masa depan” dan “Kesediaan memberikan tanggapan positif kepada orang lain mengenai Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia” sebesar 0,893.

3.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau akurasi instrumen pengukur (Silalahi, 2009). Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\Sigma \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai $\Sigma \sigma_b^2$ varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\Sigma \sigma_b^2$) sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan :

n = jumlah sampel

σ^2 = nilai varians

$\sum x^2$ = jumlah skor

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian.

1. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70.
2. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas tidak memadai jika koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari 0,70.
3. Apabila angka *Cronbach Alpha* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya.
4. Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 for windows dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Berikut ini merupakan hasil uji realibilitas instrumen penelitian.

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel baik *experiential value* maupun *behavioral intention* dikatakan reliabel. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* kedua variabel lebih

besar dibandingkan koefisien *cronbach's alpha* yang bernilai 0,70 yaitu 0,864 dan 0,971.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien (Cronbach's Alpha)	Keterangan
1.	<i>Experiential Value</i>	0,864	0,70	Reliabel
2.	<i>Behavioral Intention</i>	0,971	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

3.4 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Teknik analisis data diarahkan pada pengujiannya serta menjawab masalah yang diajukan dalam penelitian.

3.4.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Dalam penelitian ini analisis dekriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu analisis deskriptif variable X yaitu *experiential value* yang memiliki tiga dimensi yaitu *functional value* (X1), *value for money* (X2), *novelty value* (X3). Dan variable Y yaitu *behavioral intention*.

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika yang digunakan untuk memperoleh hitungan jumlah tanggapan dengan nilai yang berbeda dari satu variable dan dua variable mengungkapkan jumlah dalam persentase (Malhotra, 2009)
2. Analisis Cross-tabulation adalah teknik sampling yang digunakan untuk menggambarkan dua atau lebih variable secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang menggambarkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variable yang memiliki kategori atau nilai yang berbeda (Malhotra, 2009)
3. Perhitungan skor ideal yang digunakan untuk mengukur pengaruh variable x di objek yang diteliti. Berikut rumus untuk menghitung skor variable :
 - a. nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b. nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
 - c. jenjang variable = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum

- d. jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
- 4. Analisis data deskriptif mengenai *experiential value* di Garuda Indonesia melalui tiga dimensi yaitu *functional value*, *value for money* dan *novelty value*
- 5. Analisis data deskriptif mengenai *behavioral intention* di Garuda Indonesia

3.4.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Langkah langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu :

1. Menyusun Data

Memeriksa nama dan kelengkapan identitas responden, serta memeriksa kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden

2. Tabulasi Data

Memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian

3. Menganalisis Data

Proses pengolahan data dengan menggunakan rumus rumus statistic, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

4. Pengujian Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variable terikat yang diprediksikan (*behavioral intention*)

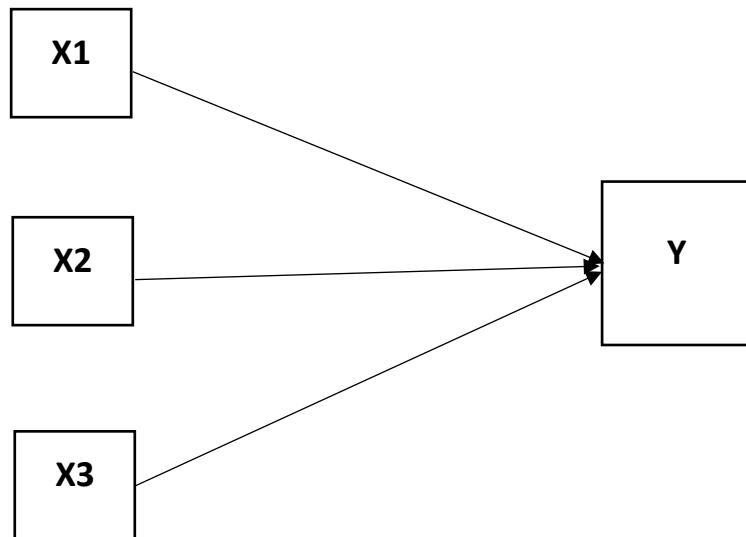
a = Harga Y bila $X = 0$

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable terikat yang didasarkan pada variable bebas.

Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variable bebas yang memiliki nilai tertentu *emotional value* (X_1), *social value* (X_2), *novelty value* (X_3)

Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar. 3.1 berikut:



**GAMBAR 3.1
REGRESI LINIER BERGANDA**

Teknik analisis regresi linier berganda dikakukan melalui prosedur kerja sebagai berikut :

Teknik analisis regresi beranda dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah uji normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

3. Uji Asumsi Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linear, kuadratik atau dalam derajat lebih tinggi.

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan penganggu periode t (berada) dan kesalahan penganggu periode t-1 (sebelumnya).

5. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

6. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Analisis regresi dilakukan bla hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun tabel yang digunakan sebagai pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
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

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain atau seberapa besar kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase.

Adapun rumus koefisien determinasi menurut Buchari Alma (2009, hlm 81) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

3.4.3 Pengujian Hipotesis Regresi Berganda

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara *experiential value* yang terdiri dari *functional value* (X_1), *value for money* (X_2) dan *novelty value* (X_3) dengan *behavioral intention* (Y). Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

A. Secara Simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F dihitung dengan rumus (Sudjana, 2005)

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R = Nilai korelasi

k = Jumlah variable independen

n = Jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah

- Jika fhitung > ftabel , maka Ho ditolak yang artinya X memiliki pengaruh terhadap Y

- Jika fhitung < ftabel , maka Ho diterima yang artinya X tidak memiliki pengaruh terhadap Y

fhitung < ftabel , artinya tidak terdapat pengaruh antara *experiential value* yang terdiri dari *emotional value*, *social value* dan *novelty value* terhadap *behavioral intention*.

fhitung > ftabel , artinya terdapat pengaruh antara *experiential value* yang terdiri dari *functional value*, *value for money* dan *novelty value* terhadap *behavioral intention*.

B. Secara Parsial

Pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus (Sudjana, 2005) sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Nilai korelasi

n = Jumlah responden

r^2 = Besarnya pengaruh

Pengujian hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis pada pengujian parsial dapat dituliskan sebagai berikut :

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *functional value* terhadap *behavioral intention*
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *emotional value* terhadap *behavioral intention*
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *value for money* terhadap *behavioral intention*
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *social value* terhadap *behavioral intention*
- c. $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty* terhadap *behavioral intention*

thitung > ttabel , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty* terhadap *behavioral intention*

