

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Menurut Uma Sekaran (2011:115), “Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai”. Menurut Sugiyono (2012:59), “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *trust* terhadap loyalitas biro perjalanan wisata di PT Jackal Holidays *Tours & Travel*. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah *trust* dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu loyalitas biro perjalanan wisata. Variabel bebas yaitu *trust* dengan indikator *ability* (X_1), *benevolence* (X_2), dan *integrity* (X_3), sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* yaitu loyalitas biro perjalanan wisata yang memiliki indikator *word-of-mouth communication*, *repurchase intentions*, *price insensitivity*, dan *complaint behavior*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah biro perjalanan wisata yang menggunakan jasa angkutan PT Jackal Holidays. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode *cross-Yanty Hartanti, 2014*

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

sectional, karena data yang dikumpulkan hanya sekali dengan menyebarkan kuesioner kepada biro perjalanan wisata yang menggunakan jasa angkutan PT Jackal Holidays. Menurut Uma Sekaran (2011:177) metode *cross sectional* adalah sebuah metode penelitian yang dapat dilakukan dengan yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verivikatif. Menurut Sugiyono (2012:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain. Penelitian ini terdiri dari empat tujuan. Tujuan penelitian pertama yaitu mendapatkan informasi bagaimana pengaruh dari *trust* untuk PT Jackal Holidays. Tujuan penelitian kedua yaitu bagaimana meningkatkan loyalitas biro perjalanan wisata. Tujuan penelitian ketiga yaitu bagaimana pengaruh *trust* terhadap peningkatan loyalitas biro perjalanan wisata. Tujuan penelitian keempat yaitu untuk mengetahui apakah peningkatan loyalitas biro perjalanan wisata merupakan dampak dari *trust*.
Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:8) penelitian verivikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *trust* terhadap loyalitas biro perjalanan wisata.

3.2.1.2 Metodologi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2012:2) “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan dan dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode merupakan cara utama yang digunakan untuk menguji serangkaian hipotesa dengan menggunakan teknik serta alat-alat tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*.

Metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan deskripsi dan hubungan-hubungan antar variabel. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2012:17) mengungkapkan bahwa :

Penelitian *survey* adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Asep hermawan (2006:118) “Operasional variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel yang telah dijelaskan secara rinci pada sub-sub sebelumnya (pengukuran variabel)”. Penelitian ini meliputi dua variabel inti yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Uma Sekaran (2011:116) mendefinisikan variabel bebas sebagai berikut :

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif maupun negatif. Yaitu, jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir dan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat.

Sedangkan yang dimaksud variabel terikat menurut Sugiyono (2012:59) adalah “Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah loyalitas biro perjalanan wisata yang menjadi variabel dependen.

Konsep operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur skor atau nilai dari variabel Y (loyalitas pelanggan) yang terdiri dari *word-of-mouth communication*, *repurchase intention*, *price insensitivity*, dan Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

complaint behavior , dilihat dari segi operasional variabel X (*trust*) yang terdiri dari *ability*, *benevolence*, dan *integrity*. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel dan Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Trust</i> (X)	<i>Trust is based on a cognitive process which discriminates among persons and institutions that are trustworthy, distrusted, and unknown. Mayer et al, dalam Jason et al (2007:910)</i>				
<i>Ability</i> (X _{1.1})	<i>That group of skills, competencies, and characteristics that enable a party to have influence within some specific domain. Mayer et al, dalam Jason et al (2007:910)</i>	<i>Reliability</i>	Tingkat kehandalan karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	<i>Interval</i>	III 1.1
		<i>Knowledge</i>	Tingkat pengetahuan karyawan PT Jackal Holidays terhadap produk atau jasa yang ditawarkan	<i>Interval</i>	III 1.2
		<i>Perceived expertise</i>	Tingkat keahlian karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	<i>Interval</i>	III 1.3
		<i>Hospitality</i>	Sikap karyawan PT Jackal Holidays dalam berkomunikasi dengan pelanggan	<i>Interval</i>	III 1.4
		<i>Courtesy</i>	Sikap karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	<i>Interval</i>	III 1.5
<i>Benevolence</i> (X _{1.2})	<i>The extent to which the trustee is believed to want to do good to the trustor, aside from an egocentric profit motive. Mayer et al, dalam Jason et</i>	<i>Attention to need and desire</i>	Tingkat kepedulian PT Jackal Holidays terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan	<i>Interval</i>	III 1.6
		<i>Safety</i>	Tingkat kepedulian PT Jackal Holidays terhadap keselamatan pelanggan	<i>Interval</i>	III 1.7
		<i>Looks out for customer's</i>	Tingkat pemahaman PT Jackal Holidays dalam	<i>Interval</i>	III 1.8

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

	<i>al</i> (2007:910)	<i>important</i>	menerima keluhan pelanggan		
		<i>Caring</i>	Tingkat perhatian karyawan PT Jackal Holidays dalam menanggapi keluhan	<i>Interval</i>	III 1.9
		<i>Handling of complaint</i>	Tingkat kemampuan PT Jackal Holidays dalam menangani masalah atau keluhan pelanggan	<i>Interval</i>	III 1.10
<i>Integrity</i> (X _{1.3})	<i>The perception that the trustee adheres to a set of principles that the trustor finds acceptable</i> Mayer <i>et al</i> , dalam Jason <i>et al</i> (2007:910)	<i>Promise fulfillment</i>	Tingkat kesesuaian penawaran kualitas jasa dengan kebutuhan pelanggan	<i>Interval</i>	III 1.11
			Tingkat kesesuaian karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan	<i>Interval</i>	III 1.12
		<i>Consistency</i>	Tingkat konsistensi PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	<i>Interval</i>	III 1.13
			Tingkat konsistensi kualitas jasa yang diberikan PT Jackal Holidays	<i>Interval</i>	III 1.14
Loyalitas (Y)	Loyalitas merupakan sebuah komitmen untuk melakukan pembelian ulang secara teratur terhadap sebuah produk atau jasa di lain waktu (Li & Green, 2012:6)				
		<i>Word of Mouth Communication</i>	Tingkat mengatakan hal positif tentang PT Jackal Holidays kepada orang lain	<i>Interval</i>	III 2.1
			Tingkat merekomendasikan PT Jackal Holidays kepada orang lain	<i>Interval</i>	III 2.2
		<i>Repurchase Intention</i>	Tingkat melakukan pembelian ulang jasa PT Jackal Holidays	<i>Interval</i>	III 2.3
			Tingkat keinginan untuk terus menggunakan jasa PT Jackal Holidays	<i>Interval</i>	III 2.4
		<i>Price</i>	Tingkat kesetiaan	<i>Interval</i>	III

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

		<i>Insensitivity</i>	pelanggan terhadap PT Jackal Holidays jika terjadi kenaikan harga		2.5
			Tingkat kesetiaan pelanggan terhadap PT Jackal Holidays jika perusahaan pesaing menurunkan harga lebih rendah	<i>Interval</i>	III 2.6
			Tingkat untuk terus menggunakan jasa PT Jackal Holidays apabila menemukan masalah selama menggunakan jasa tersebut	<i>Interval</i>	III 2.7
		<i>Complaint Behavior</i>	Tingkat kecenderungan mengatakan hal negatif (<i>complaint</i>) kepada orang lain apabila menemukan masalah selama menggunakan jasa PT Jackal Holidays	<i>Interval</i>	III 2.8

Sumber : Hasil pengolahan data 2013

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Silalahi (2009:280), “Data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu”. Sedangkan, sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumber data, maka pengumpulan data dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer dan sekunder.

- 1) Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

kuesioner yang biasa dilakukan peneliti (Husein Umar, 2009:42). Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

- 2) Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram (Husein Umar, 2009 : 42). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan.

Lebih jelasnya mengenai sumber data primer dan data sekunder yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

DATA PENELITIAN	SUMBER DATA	JENIS DATA
Perkembangan Wisatawan Di Indonesia Tahun 2007 – 2012	Budpar.go.id	Sekunder
Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Tahun 2007 – 2011	Budpar.go.id	Sekunder
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Jawa Barat Tahun 2007 – 2012	Neraca satelit pariwisata daerah Jawa Barat	Sekunder
Perkembangan Biro Perjalanan Wisata (BPW) di Provinsi Jawa Barat Tahun 2007-2010	Badan Pusat Statistik	Sekunder
Pertumbuhan Jumlah Usaha Perjalanan Wisata Kota Bandung 2010-2012	Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota	Sekunder

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

	Bandung	
Perusahaan Bus Pariwisata di Kota Bandung Tahun 2012	PT Jackal Holidays Bandung 2013	Sekunder
Pemakai Sarana Transportasi PT Jackal Holidays Tahun 2010 – 2012	PT Jackal Holidays Bandung 2013	Sekunder
Pelanggan Jasa Angkutan PT Jackal Holidays Tahun 2010 – 2012	PT Jackal Holidays Bandung 2013	Sekunder
Tanggapan responden mengenai <i>trust</i> yang dilaksanakan PT Jackal Holidays	Biro perjalanan wisata yang menggunakan bus pariwisata PT Jackal Holidays	Primer
Tanggapan responden mengenai loyalitas biro perjalanan wisata	Biro perjalanan wisata yang menggunakan bus pariwisata PT Jackal Holidays	Primer

Sumber : Pengolahan berbagai sumber, 2013

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Sebuah penelitian selalu berkaitan dengan kegiatan mengumpulkan dan menganalisa suatu data menentukan populasi merupakan langkah yang penting. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:115). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran merupakan populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah biro perjalanan wisata yang menggunakan jasa angkutan PT Jackal Holidays tahun 2012. Berikut Tabel 3.3 populasi biro perjalanan wisata:

TABEL 3.3
POPULASI BIRO PERJALANAN WISATA
TAHUN 2012

Jenis BPW	Jumlah	%
ASITA	20	40,8%
Non ASITA	29	59,2%
Total	49	100%

Sumber : *Marketing* PT Jackal Holidays, 2013

Populasi dalam dalam penelitian ini adalah biro perjalanan wisata yang menggunakan jasa angkutan PT Jackal Holidays yang berjumlah 49 perusahaan biro perjalanan wisata karena banyak pengguna jasa yang menyewa bus pariwisata melalui perantara biro perjalanan wisata. Biro perjalanan yang menggunakan jasa PT Jackal Holidays terdiri dari dua kategori yaitu ASITA dan non ASITA yang akan dijadikan sebagai variabel kontrol.

Biro perjalanan wisata ASITA artinya biro perjalanan wisata tersebut merupakan anggota ASITA. ASITA (*Association of the Indonesia Tours and Travel Agencies*) merupakan organisasi yang menjadi wadah bagi pengusaha

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

perusahaan perjalanan Indonesia, dalam bahasa Indonesia bernama Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia. Sedangkan non ASITA merupakan biro perjalanan wisata yang tidak tergabung dalam ASITA sehingga tidak mempunyai badan hukum dan berdiri sendiri.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:116), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar maka penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti. Hal ini disebabkan keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang lain yang diteliti.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh atau sampel total, yaitu pengambilan sampel dengan mengambil seluruh biro perjalanan wisata yang menggunakan jasa angkutan PT Jackal Holidays yang terdiri dari 49 perusahaan biro perjalanan wisata dimana yang menjadi responden adalah pengambil keputusan dari perusahaan pengguna jasa angkutan PT Jackal Holidays.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut Suharsimi Arikunto (2009:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Secara garis besar terdapat dua macam teknik *sampling*, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik ini digunakan untuk populasi terhingga. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster random sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *sampling* sistematis, *quota sampling*, *sampling* insidental, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, dan *snowball sampling* (Sugiyono 2012:117).

Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan yaitu *sampling* jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2012:122).

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Menurut Sugiyono (2012:193) “Teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara yang dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon, angket dan observasi yang dapat dibedakan menjadi *participant observation* dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan studi literatur”. Bila dilihat dari sumber datanya, maka 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 dokumen (Sugiyono 2012:402).

Dalam pengumpulan data diatas yaitu primer dan sekunder, maka penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi langsung kepada pihak *Sales and Marketing Department* PT Jackal Holidays Tours & Travel untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, jumlah pelanggan jasa dan tingkat loyalitas. Wawancara menurut Elvinaro Ardianto (2011:163) adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang yang diwawancarai.

2. Observasi
Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu PT Jackal Holidays *Tours & Travel*, khususnya mengenai gambaran *trust* serta tingkat loyalitas biro perjalanan wisata.

3. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:199). Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, penilaian responden, serta tanggapan responden khususnya mengenai pengaruh *trust* dalam meningkatkan loyalitas biro perjalanan wisata. Kuesioner yang digunakan dan disebar pada responden merupakan angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga dapat menghemat waktu. Pertanyaan dalam angket dibuat dalam bentuk pertanyaan, dan setiap alternatif diberi nilai dengan menggunakan skala likert, yang menggunakan hanya item yang secara pasti baik dan secara pasti buruk, dan menggunakan ukuran interval, sehingga hanya dapat membuat ranking.

4. Studi Literatur

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Studi literatur merupakan pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari *trust* dan loyalitas. Studi literatur ini didapat dari sumber sebagai berikut:

- a. Beberapa buku yang tersedia di perpustakaan UPI dan toko buku.
- b. Skripsi angkatan terdahulu dan jurnal.
- c. Media elektronik seperti internet.

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel berikut:

TABEL 3.4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Wawancara	Pihak <i>Sales & Marketing</i> PT Jackal Holidays
2.	Observasi	Gambaran <i>trust</i>
3.	Kuesioner	Biro perjalanan yang menggunakan jasa sewa bus PT Jackal Holidays
4.	Studi literatur	<i>Trust</i> dan loyalitas biro perjalanan wisata

Sumber : Hasil pengolahan data, 2013

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu, data menjadi hal yang penting dalam suatu penelitian. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka setelah data diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel X (*trust*) mempengaruhi atau tidak pada variabel Y (loyalitas pelanggan).

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen menurut Riduwan (2009:109) menjelaskan bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan alat ukur”. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145) “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen”. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila memiliki validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan 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.

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik analisa item instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, apabila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, dengan rumus 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 : Husein Umar (2009:131)

Keterangan :

- r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
- n : Jumlah responden
- X : Skor per item dalam variabel
- Y : Skor total item dalam variabel
- $\sum X$: 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

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

$$\alpha = 0,05$$

2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Penelitian ini menguji validitas dari variabel *trust* sebagai instrumen variabel X dan loyalitas sebagai instrumen variabel Y. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.5 di bawah ini.

TABEL 3.5
INTERPRETASI BESARNYA KOEFESIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,30 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012:250)

Perhitungan validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut Tabel 3.6 adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti kepada 5 responden penelitian.

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

TABEL 3.6
HASIL UJI VALIDITAS (*TRUST* DAN LOYALITAS)
INSTRUMEN PENELITIAN

No	Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan
<i>Trust</i>					
A <i>Ability</i>					
1.	Kehandalan karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,904	0,035	0,05	Valid
2.	Pengetahuan karyawan PT Jackal Holidays terhadap produk atau jasa yang ditawarkan	0,936	0,019	0,05	Valid
3.	Keahlian karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,953	0,012	0,05	Valid
4.	Sikap karyawan PT Jackal Holidays dalam berkomunikasi dengan pelanggan	0,953	0,012	0,05	Valid
5.	Sikap karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,937	0,019	0,05	Valid
B <i>Benevolence</i>					
6.	Kepedulian PT Jackal Holidays terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan	0,932	0,021	0,05	Valid
7.	Kepedulian PT Jackal Holidays terhadap keselamatan pelanggan	0,950	0,013	0,05	Valid
8.	Pemahaman PT Jackal	0,831	0,081	0,05	Tidak Valid

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

	Holidays dalam menerima keluhan pelanggan				
9	Perhatian karyawan PT Jackal Holidays dalam menanggapi keluhan	0,975	0,005	0,05	Valid
10.	Kemampuan PT Jackal Holidays dalam menangani masalah atau keluhan pelanggan	0,975	0,005	0,05	Valid
C	<i>Integrity</i>				
11.	Kesesuaian penawaran kualitas jasa dengan kebutuhan pelanggan	0,953	0,012	0,05	Valid
12	Kesesuaian karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan	0,895	0,040	0,05	Valid
13	Konsistensi PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,913	0,030	0,05	Valid
14.	Konsistensi kualitas jasa yang diberikan PT Jackal Holidays	0,895	0,40	0,05	Valid
Loyalitas					
A	<i>Word of Mouth Communication</i>				
1.	Intensitas pelanggan mengatakan hal positif tentang PT Jackal Holidays kepada orang lain	0,927	0,024	0,05	Valid
2.	Intensitas pelanggan merekomendasikan PT Jackal Holidays kepada orang lain	0,904	0,035	0,05	Valid
B	<i>Repurchase Intention</i>				
3.	Intensitas pelanggan melakukan pembelian ulang jasa PT Jackal Holidays	0,927	0,024	0,05	Valid
4.	Keinginan untuk terus menggunakan jasa PT Jackal Holidays	0,927	0,024	0,05	Valid
C	<i>Price Insensitivity</i>				
5.	Kesetiaan pelanggan terhadap	0,953	0,12	0,05	Valid

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

	PT Jackal Holidays jika terjadi kenaikan harga				
6.	Kesetiaan pelanggan terhadap PT Jackal Holidays jika perusahaan pesaing menurunkan harga lebih rendah	0,953	0,12	0,05	Valid
D	<i>Complaint Behavior</i>				
7.	Anda akan terus menggunakan jasa PT Jackal Holidays apabila menemukan masalah selama menggunakan jasa tersebut	0,984	0,002	0,05	Valid
8.	Kecenderungan mengatakan hal negatif kepada orang lain apabila menemukan masalah selama menggunakan jasa PT Jackal Holidays	-0,069	0,912	0,05	Tidak Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.6 pengukuran validitas pada 14 item pertanyaan untuk variabel *trust* pada dimensi *benevolence* terdapat 1 item pertanyaan yang tidak valid dengan nilai 0,831. Sedangkan item pertanyaan loyalitas pada dimensi *complaint behavior* terdapat 1 item yang nilainya tidak signifikan yaitu -0,069 sehingga dinyatakan tidak valid.

Pada Tabel 3.6, item pertanyaan dinyatakan valid cukup dilihat dari kolom signifikansi. Jika nilai signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dinyatakan signifikan yang berarti item telah valid. Sedangkan kolom nilai r_{hitung} , dipergunakan apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Dilihat dari hasil Tabel 3.6, maka diperlukan pengujian kembali dengan menghilangkan item pertanyaan yang tidak valid.

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

TABEL 3.7
HASIL UJI VALIDITAS (TRUST DAN LOYALITAS)
INSTRUMEN PENELITIAN SETELAH PROSES MENGHILANGKAN

No	Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Taraf Signifikansi	Keterangan
<i>Trust</i>					
A <i>Ability</i>					
1.	Kehandalan karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,904	0,035	0,05	Valid
2.	Pengetahuan karyawan PT Jackal Holidays terhadap produk atau jasa yang ditawarkan	0,936	0,019	0,05	Valid
3.	Keahlian karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,953	0,012	0,05	Valid
4.	Sikap karyawan PT Jackal Holidays dalam berkomunikasi dengan pelanggan	0,953	0,012	0,05	Valid
5.	Sikap karyawan PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,937	0,019	0,05	Valid
B <i>Benevolence</i>					
6.	Kepedulian PT Jackal Holidays terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan	0,967	0,007	0,05	Valid
7.	Kepedulian PT Jackal Holidays terhadap keselamatan pelanggan	0,942	0,017	0,05	Valid
8.	Perhatian karyawan PT Jackal Holidays dalam menanggapi keluhan	0,978	0,004	0,05	Valid
9.	Kemampuan PT Jackal Holidays dalam menangani masalah atau keluhan pelanggan	0,978	0,004	0,05	Valid
C <i>Integrity</i>					
10.	Kesesuaian penawaran kualitas jasa dengan kebutuhan pelanggan	0,953	0,012	0,05	Valid

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

11	Kesesuaian karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan	0,895	0,040	0,05	Valid
12.	Konsistensi PT Jackal Holidays dalam memberikan pelayanan	0,913	0,030	0,05	Valid
13.	Konsistensi kualitas jasa yang diberikan PT Jackal Holidays	0,895	0,40	0,05	Valid
Loyalitas					
A	<i>Word of Mouth Communication</i>				
1.	Intensitas pelanggan mengatakan hal positif tentang PT Jackal Holidays kepada orang lain	0,954	0,012	0,05	Valid
2.	Intensitas pelanggan merekomendasikan PT Jackal Holidays kepada orang lain	0,882	0,048	0,05	Valid
B	<i>Repurchase Intention</i>				
3.	Intensitas pelanggan melakukan pembelian ulang jasa PT Jackal Holidays	0,954	0,012	0,05	Valid
4.	Keinginan untuk terus menggunakan jasa PT Jackal Holidays	0,954	0,012	0,05	Valid
C	<i>Price Insensitivity</i>				
5.	Kesetiaan pelanggan terhadap PT Jackal Holidays jika terjadi kenaikan harga	0,955	0,011	0,05	Valid
6.	Kesetiaan pelanggan terhadap PT Jackal Holidays jika perusahaan pesaing menurunkan harga lebih rendah	0,955	0,011	0,05	Valid
D	<i>Complaint Behavior</i>				
7.	Anda akan terus menggunakan jasa PT Jackal Holidays apabila menemukan masalah selama menggunakan jasa tersebut	0,974	0,005	0,05	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2013

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sugiyono (2012:183) “Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2009:178) “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterhandalan sesuatu”.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban ada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Sumber : Husein Umar, 2009:170

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

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

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

Sumber : (Husain Umar, 2009:172)

Keterangan :

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor - nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 for windows, hal ini dikarenakan $C\sigma$ masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan koefisien *alpha cronbach* yang bernilai 0,70.

Koefisien *alpha cronbach* ($C\sigma$) merupakan statistik paling umum yang digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen. Berikut tabel uji reliabilitas instrumen penelitian:

TABEL 3.8

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	r hitung (Alpha Cronbach)	r tabel	Keterangan
1	<i>Trust</i>	0,967	0,70	Reliabel
2	Loyalitas	0,971	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2013

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.8 dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* untuk *trust* dan loyalitas lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu menguji signifikansinya. Media penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

kuesioner/angket. Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *trust* terhadap loyalitas biro perjalanan wisata. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tentang *trust* di PT Jackal Holidays yang terdiri *ability*, *benevolence*, dan *integrity*.
2. Analisis deskriptif tentang loyalitas pelanggan bus PT Jackal Holidays yang terdiri dari *word-of-mouth communication*, *repurchase intention*, *price insensitivity*, dan *complaint behavior*.

Alat yang digunakan untuk analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah menggunakan ungkapan dari Muhammad Ali (1985:184), kategori hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran sebagai berikut:

TABEL 3.9
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN
DIGUNAKAN UNTUK ANALISIS DESKRIPTIF

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1%-25%	Sebagian Kecil
3	26%-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	21%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber : Muhammad Ali (1985:184)

Analisis deskriptif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Proses dalam menguji hipotesis dengan metode analisis yang

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

dilakukan pada penelitian ini yaitu metode verivikatif, maka dilakukan *path analysis*.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verivikatif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *trust* terhadap loyalitas biro perjalanan wisata. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel (X) adalah *trust* yang memiliki tigadimensi yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel (Y) adalah loyalitas pelanggan yang terdiri dari *word-of-mouth communication*, *repurchase intention*, *price insensitivity*, dan *complaint behavior*, sehingga penelitian yang akan diteliti yaitu pengaruh *trust* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Data yang terkumpul dari kuesioner diolah agar memperoleh makna yang berguna. Data yang diperoleh diolah dengan kriteria sebagai berikut :

1. Setiap variabel yang dinilai diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban, dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor, sebagai berikut:

TABEL 3.10
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN POSITIF & NEGATIF

Alternatif	Sangat	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat
------------	--------	--------	--------	--------	--------

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Jawaban	Tinggi				Rendah
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Sumber : Modifikasi dari Uma sekaran (2011:51)

2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan skala interval yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai 5.
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian biro perjalanan wisata terhadap *trust* yang mempengaruhi terhadap loyalitas biro perjalanan wisata.
4. Total skor = Total variabel x Skor Jawaban

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu :

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

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

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

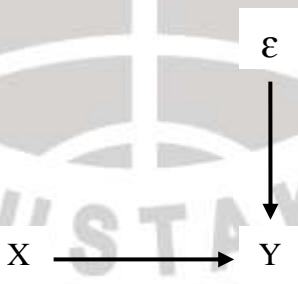
3. Menganalisis Data

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

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) *trust* terhadap variabel dependen (Y) yaitu loyalitas. Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut.



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

X = variabel *trust*

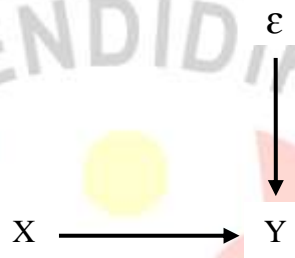
Y = variabel loyalitas pelanggan

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

ε = epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan pada Gambar 3.1 menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dari struktur hubungan di atas kemudian di turunkan kembali menjadi Gambar 3.2 sebagai berikut.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS

Keterangan:

X = variabel *trust*

Y = variabel loyalitas pelanggan

ε = epsilon (variabel lain)

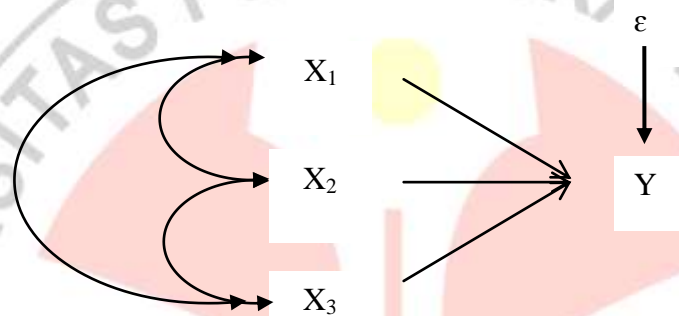
Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *trust* terhadap loyalitas pelanggan dan juga dipengaruhi faktor lain yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variabel ini tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *trust* yang terdiri dari *ability* (X_1), *benevolence* (X_2), dan *integrity* (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yang terdiri dari *word-of-mouth communication* (Y_1),

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

repurchase intention (Y_2), *price insensitivity* (Y_3), dan *complaint behavior* (Y_4). Selanjutnya diagram hipotesis pada Gambar 3.3 diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 sebagai berikut:



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS X TERHADAP Y

a. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ 1 & r_{X_2X_1} & r_{X_3X_1} \\ & 1 & r_{X_3X_2} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

b. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

$$Y = \beta_{YX_1}X_{1,1} + \beta_{YX_2}X_{1,2} + \beta_{YX_3}X_{1,3} + \varepsilon$$

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1,1} & C_{1,2} & C_{1,3} \\ & C_{2,2} & C_{2,3} \\ & & C_{3,3} \end{pmatrix}$$

Yanty Hartanti,
Pengaruh Tr.

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{yx1} \\ P_{yx2} \\ P_{yx3} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 \\ C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ r_{yx2} \\ r_{yx3} \end{pmatrix}$$

- c. Hitung $R^2 Y (X_1, X_2, X_3)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2, X_3 terhadap Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2 Y (X_1, \dots, X_{1.3}) = [P_{yx1}, \dots, P_{yx3}] \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ \dots \\ r_{yx3} \end{pmatrix}$$

- d. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh langsung = $P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot P_{YX_2}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh total X_1 terhadap Y =

Pengaruh X_2 terhadap Y

Pengaruh langsung = $P_{YX_2} \cdot P_{YX_2}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_1) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot P_{YX_1}$
 Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2X_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh total X_2 terhadap Y =

Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

Pengaruh X_3 terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX_3} \cdot P_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3X_1} \cdot P_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $P_{YX_3} \cdot r_{X_3X_2} \cdot P_{YX_2}$
Pengaruh total X_3 terhadap Y	=

- e. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut :

$$P_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, X1.3)}}$$

- f. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan Hipotesis operasional :

$$H_0 : P_{YX1} = P_{YX2} = P_{YX3} = 0$$

H_i : sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2$, dan 3

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i})}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan yaitu:

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{y(X1, X2, X3)}) (C_{ii} C_{ij} C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

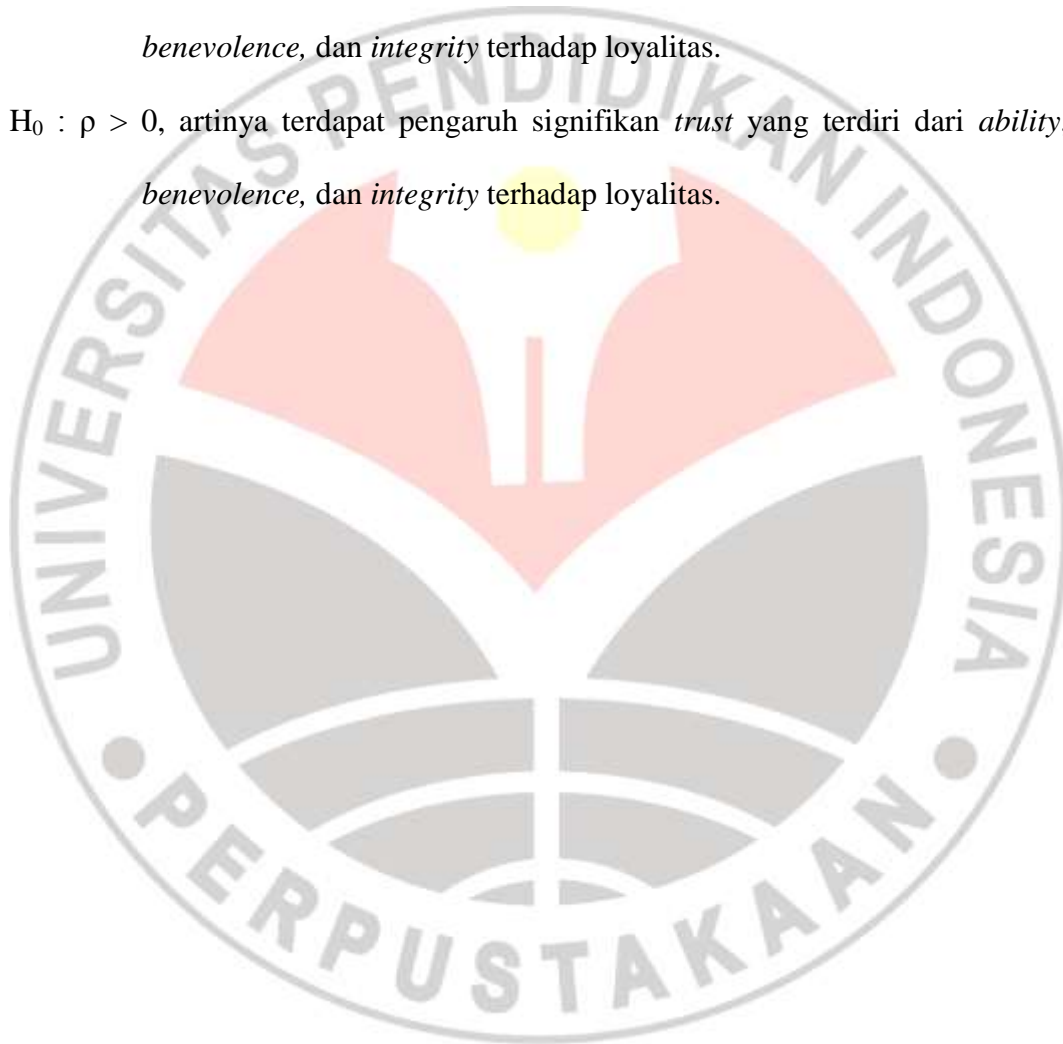
Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata

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

$H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan *trust* yang terdiri dari *ability*, *benevolence*, dan *integrity* terhadap loyalitas.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan *trust* yang terdiri dari *ability*, *benevolence*, dan *integrity* terhadap loyalitas.



Yanty Hartanti, 2014

Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Biro Perjalanan Wisata