

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu pemasaran jasa khususnya kualitas pemasaran jasa. Adapun yang menjadi variabel bebas (*eksogen*) atau variabel X_1 adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *resposivenees*, *reliability*, *assurance*, dan citra merek sebagai variabel X_2 yang terdiri dari *strenght*, *favorability* dan *uniqueness* . Sedangkan yang berlaku sebagai variabel terikat (*endogen*) atau Y adalah proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menggunakan sarana transportasi dan keputusan pasca menggunakan sarana transportasi. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta di Pool Suniaraja Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang penelitian

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat di dalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian dan variabel yang diteliti, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2007:11) "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih

tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.” Sedangkan menurut Arikunto (2002:9) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel”.

Pendapat lainnya diungkapkan oleh Aaker et. al. (2004:755) sebagai berikut: “*Descriptive research is research that usually is designed to provide a summary of some aspects of the environment when the hypotheses are tentative and speculative in nature.*” Artinya: Riset deskriptif adalah riset yang pada umumnya dirancang untuk menyediakan suatu ringkasan dari beberapa aspek lingkungan ketika hipotesis bersifat untung-untungan dan sementara secara alami.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah fenomena atau populasi tanpa mengubahnya. Melalui penelitian deskriptif, dapat dijabarkan secara terperinci sebagai berikut:

1. Tanggapan pengguna *shuttle service point-to-point* di pool Suniaraja Bandung terhadap kualitas pelayanan 4848
2. Tanggapan pengguna *shuttle service point-to-point* di pool Suniaraja Bandung terhadap citra merek 4848
3. Tanggapan pengguna *shuttle service point-to-point* di pool Suniaraja Bandung terhadap proses keputusan menggunakan jasa 4848

Adapun sifat dari penelitian ini adalah *verifikatif*, yaitu melakukan pengujian untuk mencari suatu kebenaran dari suatu hipotesa, yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Tim TPPS, 2002:9).

Arikunto (2002:7) mengemukakan mengenai sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis penelitian yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilakukan melalui survei terhadap pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta di pool Suniaraja Bandung, untuk mengetahui pengaruh:

1. Kualitas pelayanan terhadap proses keputusan menggunakan sarana transportasi 4848 *shuttle service point-to-point* pool Suniaraja Bandung
2. Citra merek terhadap proses keputusan menggunakan sarana transportasi 4848 *shuttle service point-to-point* pool Suniaraja Bandung
3. Kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan menggunakan 4848 *shuttle service point-to-point* pool Suniaraja Bandung

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan verifikatif maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*.

Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2007:7) mengemukakan bahwa:

Metode survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data yang diambil dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

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

Berdasarkan waktu penelitian yang dilaksanakan kurang dari satu tahun, yaitu enam bulan (antara bulan April-November 2007), maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cross Sectional Method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu waktu saja (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husein Umar, 2002:45)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel yang akan diambil dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X_1) yang terdiri dari *tangible* ($x_{1.1}$), *emphaty* ($x_{1.2}$), *resposiveness* ($X_{1.3}$), *reliability* ($X_{1.4}$), *assurance* ($X_{1.5}$), dan citra merek yang terdiri dari *uniqueness* ($X_{2.1}$), *favorability* ($X_{2.2}$) dan *strenght* ($X_{2.3}$) sebagai variabel bebas. Sedangkan variabel terikat yaitu proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service*, yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menggunakan 4848, dan keputusan pasca pembelian yang digunakan untuk mengukur dan menganalisa keefektifan kualitas pelayanan dan citra merek secara tidak langsung mempengaruhi proses keputusan konsumen menggunakan 4848. Adapun penjabaran operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Pelayanan (X₁)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan	<i>Tangible</i> Berupa penampilan fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan berbagai materi komunikasi	1. Tingkat kenyamanan ruang tunggu	Ordinal	C.4
			2. Tingkat lokasi pool yang mudah dijangkau	Ordinal	C.30
			3. Tingkat tersedianya tempat parkir yang luas	Ordinal	C.31
			4. Tingkat kerapihan seragam karyawan	Ordinal	C.32
			5. Tingkat kelengkapan sarana transportasi	Ordinal	C.33
		<i>Emphaty</i> Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan	1. Tingkat pengetahuan karyawan	Ordinal	C.1
			2. Tingkat kemampuan melayani keluhan konsumen	Ordinal	C.2
			3. Tingkat Keramahan dan kesopanan <i>customer service officer</i>	Ordinal	C.8
			4. Tingkat interaksi pegawai dan konsumen	Ordinal	C.9
		<i>Assurance</i> Meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan an sifat dapat dipercaya yang dimiliki para petugas, bebas dari bahaya resiko dan keragu-raguan.	1. Tingkat kemampuan perusahaan untuk menjamin rasa aman	Ordinal	C.5
			2. Tingkat kehati-hatian sopir	Ordinal	C.10
			3. Tingkat kondisi kendaraan	Ordinal	C.11
		<i>Responsiveness</i> Kesiapan dan kecepatanggapan petugas dalam melayani pelanggan	1. Tingkat pelayanan <i>check in</i> penumpang	Ordinal	C.3
			2. Tingkat kesediaan membantu konsumen dengan segera	Ordinal	C.7

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
			3. Tingkat kesiapan pegawai untuk memberikan informasi yang jelas	Ordinal	C.35
			4. Layanan tambahan saat perjalanan	Ordinal	C.36
		<i>Reliability</i> Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.	1. Tingkat kemudahan saat memesan jasa	Ordinal	C.27
			2. Tingkat kemudahan dalam pembayaran	Ordinal	C.28
			3. Tingkat kemudahan untuk dihubungi	Ordinal	C.29
			4. Tingkat ketepatan jadwal keberangkatan	Ordinal	C.34
Citra Merek (X₂)		<i>Strenght</i> Kekuatan dari asosiasi merek.	1. Tingkat program promosi yang dilakukan	Ordinal	C.6
			2. Reputasi 4848 <i>shuttle service</i>	Ordinal	C.37
		<i>Favorability</i> Asosiasi merek yang baik diciptakan dengan meyakinkan konsumen bahwa merek memiliki kesesuaian atribut dan cukup bermanfaat bagi mereka yang butuh dan ingin.	1. Tingkat manfaat menggunakan 4848	Ordinal	C.12
			2. Tingkat gaya hidup masyarakat menggunakan <i>shuttle service</i>	Ordinal	C.13
			3. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap 4848	Ordinal	C.14
Proses keputusan menggunakan sarana <i>shuttle service</i> (Y)		<i>Uniqueness</i> Asosiasi keunikan yang dimiliki suatu merek.	1. Tingkat kemenarikan logo	Ordinal	C.38
			2. Tingkat kemenarikan model kendaraan	Ordinal	C.39
		Pengenalan kebutuhan	1. Tingkat pengaruh pribadi	Ordinal	C.15
			2. Tingkat pengaruh eksternal (promosi, pengaruh orang lain)	Ordinal	C.16
		Pencarian informasi	1. Sumber pribadi	Ordinal	C.17
			2. Sumber media komersil	Ordinal	C.18

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Evaluasi alternatif	1. Pemilihan <i>shuttle service</i> berdasarkan pelayanan	Ordinal	C.19
			2. Pemilihan merek travel	Ordinal	C.20
			3. Harga yang ditawarkan	Ordinal	C.21
		Keputusan menggunakan produk	1. Keputusan berdasarkan pelayanan	Ordinal	C.22
			2. Keputusan berdasarkan kebiasaan memakai <i>shuttle service</i>	Ordinal	C.23
			3. Keputusan berdasarkan merek	Ordinal	C.24
		Perilaku yang Ditunjukkan setelah menggunakan produk.	1. Kepuasan konsumen	Ordinal	C.25
			2. Menggunakan kembali <i>shuttle service</i> 4848	Ordinal	C.26

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran (2006:60), "Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi."

Aaker (2004:759) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan data primer adalah sebagai berikut "Data collected to adress a spesific research objective (as opposed to secondary data)". Artinya adalah data yang dikumpulkan untuk mengarahkan objek penelitian yang spesifik (kebalikan dari data sekunder).

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta di pool Suniaraja Bandung.

Sekaran (2006:60) mengemukakan pengertian data sekunder sebagai berikut: “Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada.” Menurut Jonathan Sarwono (2005:37) ada dua jenis data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Yang termasuk data internal adalah data yang berasal dari dalam perusahaan, sedangkan data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum dan yang diperdagangkan.

Sedangkan yang dimaksud dengan data sekunder menurut Aaker (2004:761) adalah “*Data collected for some puposes other than the present research purpose*” artinya adalah data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari penelitian ini.

Data sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan hasil penelitian dari pihak lain, diantaranya data perusahaan, situs Web, internet, jurnal ilmiah, artikel-artikel surat kabar dan majalah, serta sumber lainnya yang relevan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang selanjutnya diterangkan pada Tabel 3.2 berikut.

TABEL 3.2
JENIS DATA DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Beberapa travel <i>Shuttle Service</i> yang ada di Kota Bandung	Sekunder	Dari berbagai sumber
2.	Perkembangan pengguna jasa l 4848 <i>shuttle service point-to-point</i> rute Bandung-Jakarta (PP) (2006-2007)	Sekunder	Bidang operasional 4848

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
3.	Profil Perusahaan, struktur organisasi	Sekunder	Bidang operasional 4848
4.	Tanggapan Responden mengenai kualitas pelayanan 4848 <i>shuttle service point-to-point</i>	primer	Pengguna 4848
5.	Tanggapan Responden mengenai citra merek 4848 <i>shuttle service point-to-point</i>	primer	Pengguna 4848
6.	Tanggapan responden mengenai proses keputusan menggunakan 4848 <i>shuttle service point-to-point</i>	primer	Pengguna 4848

(Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2007)

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2006:72)

Pada langkah awal seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran. Menurut Harun Al Rasyid (1994:1) populasi sasaran atau target adalah populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menuntut etika penelitian. Kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Berdasarkan hal tersebut diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah pengguna travel 4848 layanan Bandung-Jakarta di Pool Suniaraja Bandung.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah penumpang 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta pada bulan Januari sampai dengan bulan Mei 2007 sebanyak 6.696 orang.

Berikut Tabel 3.3 memberikan keterangan yang lebih rinci mengenai jumlah penumpang 4848 *shuttle service point-to-point*.

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI 4848 SHUTTLE SERVICE POINT-TO-POINT

No	Bulan	Jumlah penumpang
1.	Januari	1775 orang
2.	Februari	1556 orang
3.	Maret	1260 orang
4.	April	1108 orang
5.	Mei	997 orang
Total		6.696 orang
Rata-rata per bulan		1.339 orang

(Sumber: Hasil Pra penelitian 2007)

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata Jumlah Penumpang} = \frac{\text{Jumlah Penumpang per bulan}}{\text{Minggu}}$$

$$\text{Rata-rata jumlah penumpang} = \frac{1339}{4} = 335 \text{ Orang / Per Bulan.}$$

Per bulan

Maka populasi dalam penelitian ini dari hasil perhitungan di atas adalah sebesar 335 orang.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan. “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut sample” (Sugiyono, 2003:73).

Sampel penelitian yang merupakan bagian dari populasi harus di ambil secara representatif (mewakili) dan dipelajari yang kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Seperti yang diungkapkan oleh Masri Singarimbun (1995:149):

Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan dapat menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002,102), yang dimaksud dengan sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiyono (2002:73), yang dimaksud dengan sampel adalah “bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu”. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari Pengguna travel 4848 suniaraja Bandung.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994-44), yaitu :

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

(Harun Al Rasyid,1994:44)

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Keterangan :

- N = Populasi
- n = Ukuran sampel
- n_0 = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*
- δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5%

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

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Nilai tertinggi skor responden : $(39 \times 5) = 195$
- c. Nilai terendah skor responden : $(39 \times 1) = 39$
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah = $195 - 39 = 156$
- e. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh: $S = (0,21) (156) = 32,76$

Keterangan:

$S = (0,21)R$, berdasarkan hasil dari survey pra penelitian, diperoleh jawaban responden yang diperkirakan berbentuk kurva kiri, artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 4 dan 5.

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

$$\begin{aligned}
N &= 335 \text{ orang} \\
\alpha &= 0,05 \\
\delta &= 5 \% \\
Z &= \left[1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 \rightarrow 1,96 \\
S &= 32,76 \\
n_0 &= \frac{[(1,96)(32,76)]^2}{5} \\
&= 164,91
\end{aligned}$$

Nilai n_0 sudah diketahui yaitu sebesar 164,91, setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$\begin{aligned}
n &= \frac{164,91}{1 + \frac{164,91}{335}} \\
&= 110,6 = 111 \text{ orang (hasil pembulatan)}
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 111.

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang digunakan adalah 111 orang. Untuk mempermudah perhitungan dan memperkecil taraf kesalahan maka jumlah sampel ditambah 4, sehingga sampel yang akan diambil berjumlah 115 orang dari sebagian totalitas populasi pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta di Pool Suniaraja Bandung.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan *sample* yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2007:73) mengemukakan bahwa :“Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”.

Dalam penelitian ini digunakan teknik *systematik random sampling*, Menurut Harun Al Rasyid (1994:66) sampling sistematis ini memiliki kelebihan, yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka sampling. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah:

1. Tentukan Populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta.
2. Tentukan sebuah tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah ruang tunggu penumpang pool 4848 Suniaraja di Kota Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan sampling. Dalam penelitian ini waktu kongkrit yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 08.00-16.00 (Rentang waktu datangnya penumpang).
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan penumpang. Data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan rumus: $I = N/n$

$I = 335/115 = 2,9 = 3$, setelah diketahui interval maka penyebaran dilakukan secara acak. Pada hari yang ditentukan pada *checkpoint*, konsumen ke 3 untuk selanjutnya adalah konsumen yang memiliki nomor urut ganjil diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi.

5. Menghitung besarnya proporsi pada sampel yang terpilih dapat diketahui dengan menggunakan rumus $n_i = \frac{N_i}{\sum N_i} \times n_0$. Berdasarkan rumus tersebut maka dapat dihitung besarnya sampel per hari pada Tabel 3.4

TABEL 3.4
PENYEBARAN PROPOSISI SAMPEL
DI POOL SUNIARAJA BANDUNG

NO	Hari	N	Sampel	Jumlah
1.	Senin	55	55/335 x 115	19
2.	Selasa	44	44/335 x 115	15
3.	Rabu	24	24/335 x 115	8
4.	Kamis	32	32/335 x 115	11
5.	Jum'at	16	16/335 x 115	6
6.	Sabtu	88	88/335 x 115	30
7.	Minggu	76	76/335 x 115	26
	Jumlah	335	Jumlah	115

(Sumber: Hasil Pra Penelitian Tahun 2007)

Handwritten signature and date: 28/10/2007

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran angket yang merupakan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis dan disusun

sedemikian rupa kepada pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta di pool Suniaraja Bandung.

2. Studi literatur, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, yang terdiri dari kualitas pelayanan dan citra merek serta proses keputusan menggunakan 4848 *shuttle service point-to-point*.
3. Wawancara sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak PT.4848, khususnya kepala Bidang Operasional PT.4848, untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan, pelanggan sasaran dan hasil penjualan jasa.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Validitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *validitas* dan *reliabilitas*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 12

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu

instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar 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 antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila 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 dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma Xi)(\Sigma Yi)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma Xi)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Yi)^2\}}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2001)

Dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

- ΣX_i = Jumlah skor item ke i
- ΣY = Total dari jumlah skor yang diperoleh dari setiap responden
- N = Jumlah responden

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.5 di bawah ini.

**TABEL 3.5
KOEFSISIEN KORELASI**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,000 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

(Sumber : Suharsimi Arikunto (2002:245))

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antar skor-skor tes yang divalidasi dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikansi tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

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

(Harun Al Rasyid, 2003)

Keputusan pengujian validitas responden pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = n-2$
2. Jika t hitung > t tabel maka soal tersebut valid

3. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS.12.0 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 3.6 berikut.

TABEL 3.6
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	KUALITAS PELAYANAN	r_{hitung}	r_{tabel}	KETERANGAN
	<i>Tangible</i>			
1	Tingkat kenyamanan ruang tunggu	0.660	0,374	Valid
2	Jangkauan lokasi Pool	0.616	0,374	Valid
3	Tempat parkir yang disediakan	0.459	0,374	Valid
4	Kerapihan seragam dan penampilan karyawan	0.641	0,374	Valid
5	Sarana transportasi yang tersedia pada 4848	0.775	0,374	Valid
	<i>Emphaty</i>			
6	Pengetahuan karyawan 4848 <i>shuttle service</i>	0.622	0,374	Valid
7	Sikap simpatik karyawan 4848 <i>shuttle service</i>	0.639	0,374	Valid
8	Kesopanan karyawan 4848 <i>shuttle service</i>	0.628	0,374	Valid
9	Interaksi antara karyawan dan konsumen	0.574	0,374	Valid
	<i>Responsiveness</i>			
10	Pelayanan <i>check in</i> penumpang	0.525	0,374	Valid
11	Kesediaan pegawai membantu konsumen	0.717	0,374	Valid
12	Informasi yang disampaikan karyawan	0.754	0,374	Valid
13	Layanan tambahan saat perjalanan	0.678	0,374	Valid
	<i>Assurance</i>			
14	Jaminan keamanan	0.775	0,374	Valid
15	Kehati-hatian sopir	0.565	0,374	Valid
16	Kerusakan kendaraan	0.645	0,374	Valid
	<i>Reliability</i>		0,374	Valid
17	Kemudahan pemesanan tiket	0.754		
18	Prosedur pembayaran	0.784	0,374	Valid
19	Ketepatan jadwal keberangkatan	0.728	0,374	Valid
20	Kemudahan untuk dihubungi	0.775	0,374	Valid
	CITRA MEREK			
	<i>Strenght</i>			
21	Reputasi 4848	0.713	0,374	Valid
22	Program Promosi yang dilakukan 4848	0.706	0,374	Valid

No.	CITRA MEREK	r_{hitung}	r_{tabel}	KETERANGAN
	<i>Favorability</i>			
23	Manfaat menggunakan 4848 <i>shuttle service</i>	0.705	0,374	Valid
24	Gaya hidup menggunakan 4848 <i>shuttle service</i>	0.752	0,374	Valid
25	Kepercayaan menggunakan 4848	0.450	0,374	Valid
	<i>Uniqueness</i>			
26	Kemenarikan logo 4848	0.710	0,374	Valid
27	Tampilan kendaraan 4848 <i>shuttle service</i>	0.625	0,374	Valid
	PROSES KEPUTUSAN			
28	Pengaruh kebutuhan diri sendiri	0.764	0,374	Valid
29	Pengaruh orang lain	0.618	0,374	Valid
30	Upaya memperoleh informasi melalui sumber pribadi	0.814	0,374	Valid
31	Upaya memperoleh informasi melalui media komersil	0.701	0,374	Valid
32	Pemilihan <i>shuttle service</i> berdasarkan pelayanan	0.814	0,374	Valid
33	Pemilihan <i>shuttle service</i> berdasarkan merek	0.600	0,374	Valid
34	Pemilihan <i>shuttle service</i> berdasarkan harga	0.607	0,374	Valid
35	Keputusan menggunakan 4848 <i>shuttle service</i> berdasarkan pelayanan	0.814	0,374	Valid
36	Keputusan menggunakan 4848 <i>shuttle service</i> berdasarkan kebiasaan	0.600	0,374	Valid
37	Keputusan menggunakan 4848 <i>shuttle service</i> berdasarkan merek	0.814	0,374	Valid
38	Kepuasan setelah menggunakan 4848 <i>shuttle service</i>	0.764	0,374	Valid
39	Menggunakan kembali 4848 <i>shuttle service</i>	0.707	0,374	Valid

(Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007)

Berdasarkan hasil pengujian validitas Tabel 3.6. Pengukuran validitas terhadap kualitas pelayanan menunjukkan nilai tertinggi sebesar 0,775 pada item *tangible* sarana transportasi yang tersedia pada 4848 dan item *reliability* yaitu kemudahan untuk dihubungi. Dan terendah sebesar 0,495 pada item sarana parkir yang disediakan 4848 *shuttle service*.. Selanjutnya citra merek tertinggi sebesar 0,752 pada item gaya hidup menggunakan 4848 *shuttle service* dan terendah sebesar 0,450 pada item kepercayaan menggunakan 4848 *shuttle service*. Sedangkan proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* tertinggi sebesar 0,814 pada item upaya memperoleh informasi mengenai 4848 melalui sumber

pribadi, pemilihan *shuttle service* berdasarkan pelayanan dan keputusan menggunakan 4848 berdasarkan pelayanan dan citra merek. Terendah sebesar 0,600 pada item pemilihan *shuttle service* berdasarkan merek dan keputusan menggunakan 4848 *shuttle service* berdasarkan merek.

3.2.6.2 Reliabilitas

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 dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan reliabilitas adalah “menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu intrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukan tingkat keterandalan tertentu” (Suharsimi Arikunto, 2002).

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

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

(Husein Umar, 2002:146)

Keterangan:

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

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir,

kemudian jumlahkan, seperti berikut ini

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

(Husein Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11,5 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11.5 for window sebagai berikut:

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

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai 0,374. Agar lebih terperinci dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut.

TABEL 3.7
UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	VARIABEL	r_{hitung}	r_{tabel}	KETERANGAN
1.	Kualitas Pelayanan	0,932	0,374	Reliabel
2.	Citra merek	0.758	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 3.7 menunjukkan variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah kualitas pelayanan dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.932, sedangkan variabel yang memiliki nilai terendah adalah citra merek dengan nilai sebesar 0.758.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner/survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Adapun data yang diperoleh diolah dengan kriteria sebagai berikut:

1. Setiap variabel yang dinilai oleh konsumen 4848 *shuttle service point-to-point*, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*Likert's Summated*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria sebagai berikut:

TABEL 3.8
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi	Tinggi	Cukup Tinggi	Kurang Tinggi	Tidak Tinggi
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

(Sumber: Modifikasi dari Asep Hermawan (2006:132))

2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian pengguna *shuttle service point-to-point* terhadap pelaksanaan dimensi kualitas pelayanan dan citra merek yang dilakukan oleh 4848.
4. Total skor = total variabel x skor jawaban

$$\text{Score Variable} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Are Below Upper Limit}) - (\text{Are Below Lower Limit})}$$
5. Tingkat kepentingan yang berkaitan dengan preferensi dan tuntutan pengguna *shuttle service* akan pelaksanaan dimensi kualitas pelayanan dan citra merek, diambil berdasarkan frekuensi jawaban responden.

Keperluan analisis yang lebih khusus dalam menunjang pengujian hipotesis penelitian ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu: persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.
2. Persiapan, yaitu mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian
3. Melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai yang sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan, menjumlahkan skor pada setiap item, serta menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel bebas dan variabel terikat yang diasumsikan berhubungan linear.

4. Hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *emphaty*, *reliabiliy*, *responsiveness*, *assurance*, dan citra merek yang meliputi *strenght*, *favorability*, *uniqueness*, dilakukan melalui pengolahan data dengan menganalisis sikap pengguna jasa 4848 *shuttle service point-to-point* terhadap setiap butir kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Dengan menggunakan kombinasi metode deskriptif dan verifikatif, diharapkan dapat diperoleh generalisasi yang lebih komprehensif, sehingga permasalahan yang diteliti menjadi jelas, dan akan lebih memudahkan untuk merumuskan solusi yang tepat.

Pengolahan data yang bersifat kuantitatif dibantu dengan program *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 12 dan *software microsoft excel*, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan grafik yang dijadikan dasar untuk menganalisis secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga diperoleh deskripsi yang jelas mengenai tanggapan pengguna jasa 4848 *shuttle sevrice point-to-point* terhadap dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *riliability*, *assurance* dan citra merek yang meliputi *strenght*, *uniqueness*, *favorability*, yang dilaksanakan oleh 4848 *shuttle service point-to-point* serta gambaran mengenai keputusan menggunakan sarana transportasi *shuttle service pool* Suniaraja di Kota Bandung.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan

besarnya pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur, maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. *Method of Successive Interval* (MSI)

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

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

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

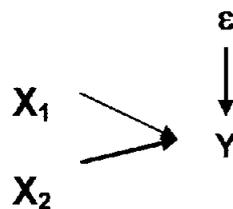
$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Are\ Below\ Upper\ Limit) - (Are\ Below\ Lower\ Limit)}$$

- f. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban persamaan berikut:

$$Score = Score\ Value + 1\ Scale\ Value_{minimum} = 1$$

- g. Selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Setelah data penelitian berskala 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
X₁ X₂, DAN Y

Keterangan :

ε = epsilon (variabel lain)

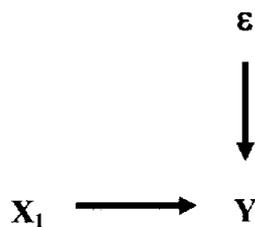
—————> = hubungan kausalitas

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X₁), dan citra merek (X₂), berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian

baik secara parsial maupun simultan. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1), dan citra merek (X_2), dengan Y , yaitu ε (variabel lain), namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

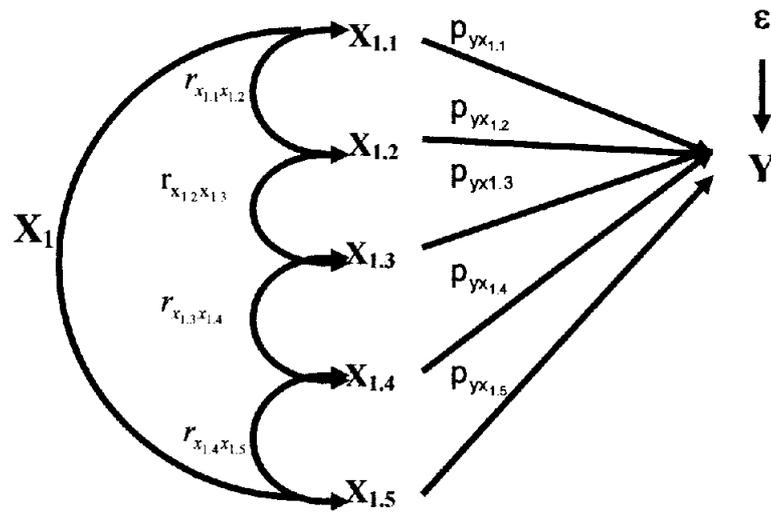
Struktur hubungan antara X_1 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis 1 berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap proses keputusan menggunakan 4848 *shuttle service point-to-point* baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis.



GAMBAR 3.2
STRUKTUR HIPOTESIS 1

- b. Selanjutnya struktur sub hipotesis 1 di atas diterjemahkan ke dalam diagram sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas terhadap variabel terikat. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 di halaman berikut ini.



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 1

c. Menghitung matriks korelasi antara variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} & X_{1.4} & X_{1.5} \\ 1 & r_{X_{1.1}X_{1.2}} & r_{X_{1.1}X_{1.3}} & r_{X_{1.1}X_{1.4}} & r_{X_{1.1}X_{1.5}} \\ & 1 & r_{X_{1.2}X_{1.3}} & r_{X_{1.2}X_{1.4}} & r_{X_{1.2}X_{1.5}} \\ & & 1 & r_{X_{1.3}X_{1.4}} & r_{X_{1.3}X_{1.5}} \\ & & & 1 & r_{X_{1.4}X_{1.5}} \\ & & & & 1 \end{pmatrix}$$

d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} & X_{1.4} & X_{1.5} \\ C_{1.1.1} & C_{1.1.2} & C_{1.1.3} & C_{1.1.4} & C_{1.1.5} \\ & C_{2.1.2} & C_{2.1.3} & C_{2.1.4} & C_{2.1.5} \\ & & C_{3.1.3} & C_{3.1.4} & C_{3.1.5} \\ & & & C_{4.1.4} & C_{4.1.5} \\ & & & & C_{5.1.5} \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_{1.1}} \\ \rho_{YX_{1.2}} \\ \rho_{YX_{1.3}} \\ \rho_{YX_{1.4}} \\ \rho_{YX_{1.5}} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} & X_{1.4} & X_{1.5} \\ C_{1.1.1} & C_{1.1.2} & C_{1.1.3} & C_{1.1.4} & C_{1.1.5} \\ & C_{2.1.2} & C_{2.1.3} & C_{2.1.4} & C_{2.1.5} \\ & & C_{3.1.3} & C_{3.1.4} & C_{3.1.5} \\ & & & C_{4.1.4} & C_{4.1.5} \\ & & & & C_{5.1.5} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX_{1.1}} \\ r_{YX_{1.2}} \\ r_{YX_{1.3}} \\ r_{YX_{1.4}} \\ r_{YX_{1.5}} \end{pmatrix}$$

e. Hitung $R^2_Y (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5})$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2_Y (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5}) = [\rho_{YX_1}, \dots, \rho_{YX_5}] \begin{pmatrix} r_{YX_{1.1}} \\ r_{YX_{1.2}} \\ r_{YX_{1.3}} \\ r_{YX_{1.4}} \\ r_{YX_{1.5}} \end{pmatrix}$$

f. Menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 terhadap Y :

Pengaruh ($X_{1.1}$) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot \rho_{YX_{1.1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.2}$)	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.2}} \cdot \rho_{YX_{1.2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.3}$)	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.3}} \cdot \rho_{YX_{1.3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.4}$)	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.4}} \cdot \rho_{YX_{1.4}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.5}$)	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.5}} \cdot \rho_{YX_{1.5}} +$
Pengaruh total ($X_{1.1}$) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh ($X_{1.2}$) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot \rho_{YX_{1.2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.1}$)	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.1}} \cdot \rho_{YX_{1.1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.3}$)	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.3}} \cdot \rho_{YX_{1.3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.4}$)	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.4}} \cdot \rho_{YX_{1.4}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.5}$)	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.5}} \cdot \rho_{YX_{1.5}} +$
Pengaruh total ($X_{1.2}$) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh (X_{1,3}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_{1,3}} \cdot \rho_{YX_{1,3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,1})	= $\rho_{YX_{1,3}} \cdot r_{X_{1,3}X_{1,1}} \cdot \rho_{YX_{1,1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,2})	= $\rho_{YX_{1,3}} \cdot r_{X_{1,3}X_{1,2}} \cdot \rho_{YX_{1,2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,4})	= $\rho_{YX_{1,3}} \cdot r_{X_{1,3}X_{1,4}} \cdot \rho_{YX_{1,4}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,5})	= $\rho_{YX_{1,3}} \cdot r_{X_{1,3}X_{1,5}} \cdot \rho_{YX_{1,5}} +$
Pengaruh total (X _{1,3}) terhadap Y	=

Pengaruh (X_{1,4}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_{1,4}} \cdot \rho_{YX_{1,4}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,1})	= $\rho_{YX_{1,4}} \cdot r_{X_{1,4}X_{1,1}} \cdot \rho_{YX_{1,1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,2})	= $\rho_{YX_{1,4}} \cdot r_{X_{1,4}X_{1,2}} \cdot \rho_{YX_{1,2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,3})	= $\rho_{YX_{1,4}} \cdot r_{X_{1,4}X_{1,3}} \cdot \rho_{YX_{1,3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,5})	= $\rho_{YX_{1,4}} \cdot r_{X_{1,4}X_{1,5}} \cdot \rho_{YX_{1,5}} +$
Pengaruh total (X _{1,4}) terhadap Y	=

Pengaruh (X_{1,5}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_{1,5}} \cdot \rho_{YX_{1,5}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,1})	= $\rho_{YX_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5}X_{1,1}} \cdot \rho_{YX_{1,1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,2})	= $\rho_{YX_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5}X_{1,2}} \cdot \rho_{YX_{1,2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,3})	= $\rho_{YX_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5}X_{1,3}} \cdot \rho_{YX_{1,3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{1,4})	= $\rho_{YX_{1,5}} \cdot r_{X_{1,5}X_{1,4}} \cdot \rho_{YX_{1,4}} +$
Pengaruh total (X _{1,5}) terhadap Y	=

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

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3}, X_{1,4}, X_{1,5})}}$$

h. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_{1,1}} = \rho_{YX_{1,2}} = \rho_{YX_{1,3}} = \rho_{YX_{1,4}} = \rho_{YX_{1,5}} = 0$$

Hi : sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0, i = 1, 2, 3, 4 \text{ dan } 5$

i. Statistik uji yang digunakan adalah

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

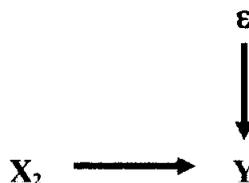
Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1.1, X1.2, X1.3)}) (C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

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

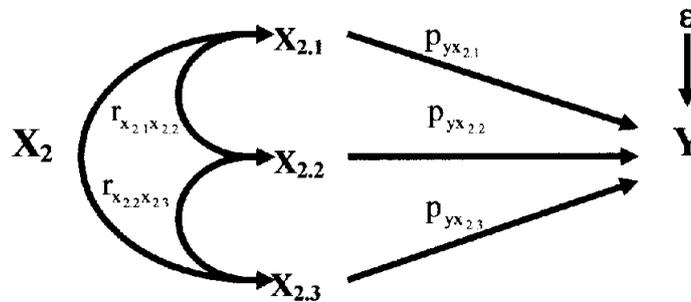
Struktur hubungan antara X_2 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis 2 berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara citra merek yang terdiri atas *favorability*, *strengthr* dan *uniqueness* terhadap proses keputusan menggunakan 4848 *shuttle service point-to-point* baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menggambar struktur hipotesis.



GAMBAR 3.4
STRUKTUR HIPOTESIS 2

- b. Selanjutnya struktur sub hipotesis 2 di atas diterjemahkan ke dalam diagram sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas terhadap variabel terikat. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.5 berikut.



GAMBAR 3.5
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 2

- c. Menghitung matriks korelasi antara variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} 1 & r_{X_{1.1}X_{1.2}} & r_{X_{1.3}X_{1.1}} \\ & 1 & r_{X_{1.3}X_{1.2}} \\ & & 1 \end{pmatrix}$$

- d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} \\ C_{1.1.1} & C_{1.1.2} & C_{1.1.3} \\ & C_{2.1.2} & C_{2.1.3} \\ & & C_{3.1.3} \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_{1.1}} \\ \rho_{YX_{1.2}} \\ \rho_{YX_{1.3}} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} X_{1.1} & X_{1.2} & X_{1.3} \\ C_{1.1.1} & C_{1.1.2} & C_{1.1.3} \\ & C_{2.1.2} & C_{2.1.3} \\ & & C_{3.1.3} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \Gamma_{YX_{1.1}} \\ \Gamma_{YX_{1.2}} \\ \Gamma_{YX_{1.3}} \end{pmatrix}$$

- e. Hitung $R^2_Y (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3})$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2_Y (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}) = [\rho_{YX1}, \dots, \rho_{YX3}] \begin{pmatrix} r_{YX1.1} \\ r_{YX1.2} \\ r_{YX1.3} \end{pmatrix}$$

- f. Menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 terhadap Y :

Pengaruh ($X_{1.1}$) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot \rho_{YX_{1.1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.2}$)	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.2}} \cdot \rho_{YX_{1.2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.3}$)	$= \rho_{YX_{1.1}} \cdot r_{X_{1.1}X_{1.3}} \cdot \rho_{YX_{1.3}} +$
Pengaruh total ($X_{1.1}$) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh ($X_{1.2}$) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot \rho_{YX_{1.2}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.1}$)	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.1}} \cdot \rho_{YX_{1.1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.3}$)	$= \rho_{YX_{1.2}} \cdot r_{X_{1.2}X_{1.3}} \cdot \rho_{YX_{1.3}} +$
Pengaruh total ($X_{1.2}$) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Pengaruh ($X_{1.3}$) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_{1.3}} \cdot \rho_{YX_{1.3}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.1}$)	$= \rho_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.1}} \cdot \rho_{YX_{1.1}}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{1.2}$)	$= \rho_{YX_{1.3}} \cdot r_{X_{1.3}X_{1.2}} \cdot \rho_{YX_{1.2}} +$
Pengaruh total ($X_{1.3}$) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

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

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3})}}$$

- h. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_{1,1}} = \rho_{YX_{1,2}} = \rho_{YX_{1,3}} = 0$$

H_1 : sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0, i = 1, 2, \text{ dan } 3$

i. Statistik uji yang digunakan adalah

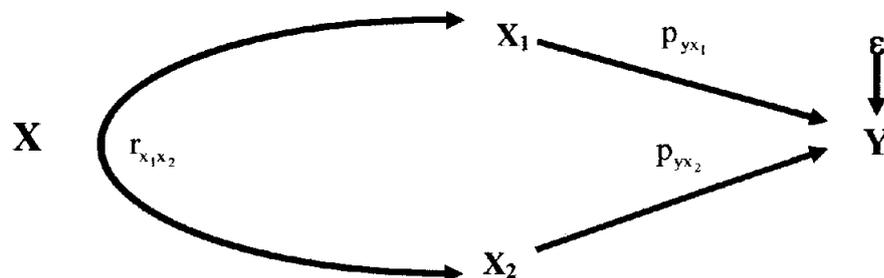
$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}$$

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 adalah:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_{1,1}, X_{1,2}, X_{1,3})}) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

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

Struktur hubungan antara X_1, X_2 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis utama berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan menggunakan 4848 *shuttle service point-to-point* baik secara parsial maupun simultan. Untuk lebih jelas lagi dapat dilihat pada Gambar 3.6 berikut.



GAMBAR 3.6
DIAGRAM JALUR STRUKTUR HIPOTESIS UTAMA

1. Menghitung matriks korelasi antara variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 \\ 1 & r_{X_1 X_2} \\ & 1 \end{pmatrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 \\ C_{1.1} & C_{1.2} \\ & C_{2.2} \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_1} \\ \rho_{YX_2} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} X_1 & X_2 \\ C_{1.1} & C_{1.2} \\ & C_{2.2} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{pmatrix}$$

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

$$R^2 Y (X_1, X_2) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}] \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{pmatrix}$$

4. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh (X_1) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_2)	= $\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$ +
Pengaruh total (X_1) terhadap Y	=

Pengaruh (X_2) terhadap (Y)

Pengaruh langsung	= $\rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X_1)	= $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$ +
Pengaruh total (X_2) terhadap Y	=

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

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2)}}$$

6. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$$

H_i : sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YX_i} \neq 0, I = 1, \text{ dan } 2$

Statistik uji yang digunakan adalah

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

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 adalah:

$$t = \frac{\rho_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\sqrt{(1 - R^2_{Y(X_1,1, X_1,2, \dots, X_1,3)}) (C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}}$$

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

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

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

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

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_o : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service*

$H_i : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service*

Berdasarkan hipotesis di atas, maka kriteria pengambilan keputusan (penerimaan atau penolakan hipotesis) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan yang meliputi *tangible, emphaty, reliability, responsiveness*, dan *assurance* terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan yang meliputi *tangible, emphaty, reliability, responsiveness*, dan *assurance* terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* baik secara parsial maupun simultan.

2. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara citra merek yang meliputi *favorability*, *strenght*, dan *uniqueness* terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara citra merek yang meliputi *favorability*, *strenght*, dan *uniqueness* terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* baik secara parsial maupun simultan.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X_1), dan citra merek (X_2), dan proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service* (Y), digunakan klasifikasi koefisien korelasi pada Tabel 3.7 di bawah ini.

TABEL 3.9
KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI

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

(Sumber: Sugiyono (2007:214))

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2006:188) adalah :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_i diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_i ditolak.

