

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang menjadi tempat penelitian adalah Kantor PT. Garuda Indonesia cabang Bandung yang terletak di Gedung Annex Graha Bumi Putera Jl. Asia Afrika no. 141-149. Waktu penelitian adalah dari tanggal 12 – 17 Juli 2010.

#### **B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data lapangan (Suharsimi Arikunto dalam Winanti, 2007:42).

#### **C. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang saling berhubungan yaitu variabel bebas (X), dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian kali ini adalah kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian kali ini adalah loyalitas pelanggan.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) (Parasuraman dalam Tjiptono, 2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Tangibles</i> (bukti fisik) (X<sub>1</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi kantor yang strategis</li> <li>• Tempat parkir yang luas</li> <li>• Fasilitas fisik (kursi diruang tunggu,dll)</li> <li>• Penampilan karyawan</li> <li>• Kebersihan dan kenyamanan</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Reliability</i> (kehandalan) (X<sub>2</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan</li> <li>• Ketepatan pelayanan</li> <li>• Jadwal dijalankan dengan tepat dan konsisten</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) (X<sub>3</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesigapan karyawan dalam menangani pelanggan</li> <li>• Penanganan keluhan pelanggan</li> <li>• Karyawan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan secara lengkap jelas dan mudah dimengerti.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Assurance</i> (jaminan) (X<sub>4</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karyawan mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam melaksanakan tugasnya</li> <li>• Karyawan bersikap sopan dan ramah</li> <li>• Sikap jujur dan dapat dipercaya para karyawan dalam memberikan pelayanan</li> <li>• Pelanggan bebas dari rasa ragu-ragu setelah menerima pelayanan</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Emphaty</i> (empati) (X<sub>5</sub>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelanggan mudah untuk menghubungi pihak Garuda Indonesia</li> <li>• Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan</li> <li>• Pemahaman kebutuhan pelanggan</li> <li>• Karyawan memberikan perhatian penuh terhadap setiap perkataan pelanggan</li> </ul>

Loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat(Y) (Lupiyoadi dalam Diputra, 2007:28)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Repeat</i> (<math>Y_1</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya jumlah pembelian tiket yang dilakukan oleh pelanggan setiap tahunnya.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Retention</i> (<math>Y_2</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelanggan tidak terpengaruh kepada pelayanan yang ditawarkan oleh pihak lain</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Refferal</i> (<math>Y_3</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jika pelayanan baik maka pelanggan akan memberitahu orang lain</li> <li>• Jika pelayanan tidak baik maka pelanggan akan memberitahu pihak Garuda Indonesia</li> </ul>

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Sebelum dilakukan penelitian, terlebih dahulu diujicobakan untuk melihat validitas dan reliabilitas angket tersebut.

Sebuah angket dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat yang dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Validitas

Untuk mengetahui validitas yang dihubungkan dengan kriteria digunakan uji statistik, yakni teknik korelasi *Pearson Product Moment* (Iskandar, 2009:30), yaitu :

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

Keterangan:

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

$X$  = skor tiap item

$Y$  = skor total tiap item.

$N$  = jumlah responden.

Interpretasi mengenai  $r_{xy}$  dibagi ke dalam kategori-kategori menurut Guilford (dalam Iskandar, 2009:31) yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi Validitas**

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Kriteria validitas</b>
0,80 < r ≤ 1,00	Sangat Tinggi
0,60 < r ≤ 0,80	Tinggi
0,40 < r ≤ 0,60	Cukup
0,20 < r ≤ 0,40	Rendah
0,00 < r ≤ 0,20	Sangat rendah

Untuk menghitung validitas butir soal, penulis juga menggunakan bantuan program komputer *software* Microsoft Excel 2007, Validitas yang diperoleh untuk tiap butir soal disajikan pada tabel 3.3 berikut.

**Tabel 3.3**  
**Validitas Tiap Butir Pertanyaan**

<b>No. Soal</b>	<b>Koefisien Validitas</b>	<b>Interpretasi</b>
1	0,5423	cukup
2	0,6356	tinggi
3	0,6282	tinggi
4	0,7444	tinggi
5	0,707	tinggi
6	0,6181	tinggi
7	0,7917	tinggi
8	0,7273	tinggi
9	0,6565	tinggi
10	0,6426	tinggi
11	0,6533	tinggi
12	0,8154	sangat tinggi
13	0,6574	tinggi
14	0,8288	sangat tinggi
15	0,8584	sangat tinggi
16	0,7007	tinggi
17	0,8455	sangat tinggi
18	0,684	tinggi
19	0,7695	tinggi
20	0,624	tinggi
21	0,7695	tinggi
22	0,6612	tinggi
23	0,6163	tinggi

Menurut Setiaji dalam Marlina (2004:44). Jika Korelasi sudah lebih besar dari 0,3 pertanyaan yang dibuat dikategorikan valid. Maka dengan melihat hasil dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai yang didapat semuanya lebih dari 0,3 maka pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dianggap **valid**.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah kestabilan skor yang diperoleh orang yang sama ketika diuji ulang dengan tes yang sama pada situasi yang berbeda atau dari satu pengukuran ke pengukuran lainnya. Nilai reliabilitas dapat ditentukan dengan menentukan koefisien reliabilitas. Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas tes dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut (Iskandar, 2009:32):

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_1^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Koefisien reliabilitas

$n$  = Banyaknya pertanyaan

$s_1^2$  = Varians skor tiap pertanyaan

$s_t^2$  = Varians skor total

Selanjutnya koefisien reliabilitas yang diperoleh diinterpretasikan ke dalam klasifikasi koefisien reliabilitas menurut Guilford (dalam Iskandar, 2009:33), sesuai dengan tabel 3.4.

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Reliabilitas**

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Kriteria reliabilitas</b>
$0,81 \leq r \leq 1,00$	Sangat Tinggi
$0,61 \leq r \leq 0,80$	Tinggi
$0,41 \leq r \leq 0,60$	Cukup
$0,21 \leq r \leq 0,40$	Rendah
$0,00 \leq r \leq 0,20$	Sangat Rendah

Untuk menghitung reliabilitas, penulis juga menggunakan bantuan program komputer *software* Microsoft Excel 2007. Dari hasil uji coba diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,94; nilai ini menunjukkan bahwa reliabilitas instrumen yang digunakan tergolong ke dalam kategori **sangat tinggi**.

#### **E. Populasi dan Sampel**

Populasi untuk penelitian ini adalah pelanggan yang membeli tiket di kantor penjualan Garuda Indonesia cabang Bandung selama satu minggu pada saat penelitian berlangsung. Hal ini disebabkan karena penulis mengalami kesulitan dalam mendapatkan data populasi yang sesungguhnya. Dengan demikian penulis melakukan penghitungan sendiri dengan cara mengambil jumlah pelanggan yang datang selama penelitian berlangsung. Setelah penelitian, dapat diketahui bahwa jumlah populasi adalah sebanyak  $\pm 250$ , yang penjelasannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Data Jumlah Pengunjung selama Satu Minggu**

HARI	PENGUNJUNG
Senin	52
Selasa	50
Rabu	56
Kamis	40
Jum'at	32
Sabtu	20
<b>Jumlah</b>	<b>250</b>

Sumber : hasil penelitian

Menurut Sumanto dalam Wardiyanta (2006: 21) jumlah sampel terkecil atau batas minimal jumlah sampel yang dapat diterima tergantung pada jenis penelitian, penelitian deskriptif mensyaratkan batas minimal sampel 10% dari populasi. Sedangkan sampel yang akan diteliti yaitu sebesar 20% dari jumlah populasi diatas, yaitu sebanyak 50 orang, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

## **F. Analisis Data**

Data yang diperoleh dari angket hasil penelitian bersifat kualitatif yang kemudian diskalakan agar mudah untuk melakukan analisis. Adapun prosedur analisis datanya adalah sebagai berikut:

### **1. Analisis Data Deskriptif**

Analisis data kualitatif yang berasal dari angket terlebih dahulu diskalakan karena hasil angket yang bukan berupa bilangan yang dapat dihitung. Maka skala yang digunakan oleh penulis adalah Skala Likert, dimana setiap pilihan terdiri dari lima kategori yang bernilai skala sebagai berikut :

**Tabel 3.6**  
**Pola Skoring Kuesioner Skala Likert**

No.	Pilihan Jawaban	Skor	
		(+)	(-)
1	Sangat Setuju / sangat sering / ya	5	1
2	Setuju / sering / mungkin	4	2
3	Kurang setuju / cukup sering / ragu-ragu	3	3
4	Tidak setuju / kurang sering / biasa saja	2	4
5	Sangat tidak setuju / tidak sering / tidak	1	5

Sumber : Sugiono dalam Restu (2009).

Setelah data angket diubah kedalam skala Likert, dimana hasilnya akan diubah menjadi skala presentase. Untuk mendapatkan skala persentase tersebut digunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

dengan :

P = Persentase Jawaban

f = Frekuensi jawaban

n = Banyaknya jawaban

Penafsiran atau interpretasi dengan kategori persentase berdasarkan kriteria Hendro (Iskandar,2009:41) tersaji dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.7**  
**Klasifikasi Interpretasi Kategori Persentase**

<b>Persentase</b>	<b>Interpretasi</b>
0%	Tak seorangpun
1% - 24%	Sebagian kecil
25% - 49%	Hampir setengahnya
50%	setengahnya
51% - 74%	Sebagian besar
75% - 99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

Setelah angket terkumpul dan diolah dengan menggunakan cara yang tersebut di atas, kemudian akan dianalisis untuk mengetahui tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Untuk menganalisis kualitas pelayanan selanjutnya digunakan metode SERVQUAL, secara teori SERVQUAL dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$\text{SERVQUAL} = \text{Perceived Score} - \text{Expected Score}$$

Keterangan:

SERVQUAL = Kualitas pelayanan

*Perceived Score* = Skor layanan yang diterima

*Expected Score* = Skor layanan yang diharapkan

Menurut Tiptono dalam Supriyatmini (2005 : 17-18) Persepsi kualitas yang baik/positif diperoleh bila kualitas yang dialami (*experienced quality*) memenuhi

harapan pelanggan (*expected quality*). Bila harapan pelanggan tidak realistis, maka persepsi kualitas total (*total perceived quality*) akan rendah. Sekalipun kualitas yang dialami memang baik (diukur dengan berbagai ukuran obyektif). Maka untuk menghindari hal tersebut penulis berusaha untuk menstandarisasikan *Expected Score*. Skor yang akan digunakan untuk *Expected Score* adalah 3, skor 3 dipilih karena skor inilah yang dianggap sesuai berdasarkan jumlah pilihan jawaban untuk angket yang terdiri dari lima jawaban pada pola skala Likert.

Selanjutnya yang menjadi tolak ukur dalam menginterpretasikan kualitas pelayanan yang diperoleh ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel 3.8 Interpretasi SERVQUAL**

<b>Hasil SERVQUAL (<math>x</math>)</b>	<b>Persepsi Kualitas Pelayanan</b>
$x > 0$	Kualitas pelayanan ideal
$x = 0$	Kualitas pelayanan baik
$x < 0$	Kualitas pelayanan buruk

Untuk loyalitas pelanggan, setelah data kualitatif hasil angket ditransfer menjadi data kuantitatif dengan memberikan skor pada setiap pilihan responden terhadap pernyataan, kemudian dihitung rata-rata skor masing-masing indikator pilihan jawaban tersebut, dihitung rata-rata skor berdasarkan indikator dimensinya, dan rata-rata skor berdasarkan dimensi. Rata-rata skor berdasarkan dimensinya diinterpretasikan melalui kriteria apabila nilainya kurang dari 3 maka diasumsikan bahwa responden bersikap tidak memiliki loyalitas sedangkan apabila nilainya lebih dari 3, maka responden diasumsikan memiliki loyalitas. Hal

tersebut juga berlaku untuk hasil keseluruhan. Apabila nilai-nilai dari ketiga dimensinya diambil rata-rata maka apabila nilainya kurang dari 3 loyalitas dianggap rendah. Apabila  $\geq 3$  maka loyalitas dianggap tinggi.

## 2. Uji Asumsi yang Harus Dipenuhi

### a. Uji Normalitas

Sebelum menganalisis data ataupun menguji hipotesis, sering kali model distribusi harus diketahui bentuknya. Hal tersebut dikarenakan ketika menganalisis data ataupun menguji hipotesis selalu diasumsikan bahwa populasi yang sedang diteliti berdistribusi normal. Jika asumsi tidak dipenuhi, artinya ternyata populasinya tidak berdistribusi dengan normal dan kesimpulan berdasarkan analisis tersebut tidak berlaku. Untuk itu sebelum data dianalisis dan kesimpulan diambil berdasarkan asumsi normalitas maka perlu diuji dulu apakah asumsi tersebut sudah terpenuhi atau tidak dengan uji normalitas (Sudjana, 2002:150). Asumsi bahwa populasi berdistribusi normal (asumsi normalitas) diperlukan agar langkah-langkah selanjutnya dapat dipertanggung jawabkan. Maka untuk melakukan uji normalitas dilakukan penghitungan dengan bantuan *software* SPSS ver.16 *for windows*. Adapun hipotesis dan kriteria pengujian untuk penghitungan uji normalitas adalah sebagai berikut :

#### 1) Hipotesis.

$H_0$  : Variabel *dependent* berasal dari populasi yang distribusi normal.

$H_1$  : Variabel *dependent* pelanggan tidak berasal dari populasi yang distribusi normal.

## 2) Kriteria Pengujian.

Kriteria pengujian yang digunakan berdasarkan nilai signifikansi, yaitu terima  $H_0$ , jika taraf signifikansi ( $\alpha$ ) lebih besar dari nilai sig. pada tabel. Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.

### **b. Uji Homogenitas dan Heteroskedastisitas**

Selain asumsi normalitas yang didapatkan dari uji normalitas, asumsi yang harus dipenuhi adalah asumsi homogenitas. Homogenitas sampel merujuk pada keadaan sampel yang sama. Dimana sampel tersebut harus representatif artinya merupakan wakil yang baik dari populasi. Jika populasinya homogenitas maka dari manapun sampel diambil harus memiliki karakteristik yang sama. Untuk asumsi homogenitas maka dilakukan uji homogenitas, dimana dengan bantuan *software* SPSS ver.16 *for windows* hasil uji homogenitas akan berupa gambar sebaran data. Dimana kesimpulannya bisa diambil dari gambar tersebut, apabila menyebar atau tidak mengumpul disuatu sudut maka dapat disimpulkan bahwa asumsi homogenitas telah dipenuhi dan dapat melanjutkan keanalisis berikutnya.

## **3. Analisis Regresi**

### **a. Korelasi dan Koefisien determinasi**

Analisis hubungan antarvariabel secara garis besar ada dua, yaitu analisis korelasi dan analisis regresi. Kedua analisis tersebut saling terkait. Analisis korelasi menyatakan derajat keeratan hubungan antarvariabel, sedangkan analisis regresi digunakan dalam peramalan variabel dependen berdasar variabel-variabel independennya.

Analisis korelasi bivarian mencari derajat keeratan hubungan dan arah hubungan. Semakin tinggi nilai korelasi, semakin tinggi keeratan hubungan kedua variabel. Nilai korelasi memiliki rentang antara 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah hubungan searah. Jika satu variabel naik, variabel yang lain naik. Tanda negatif menunjukkan hubungan berlawanan. Jika satu variabel naik, variabel yang lain malah turun (Trihendradi, 2009: 201).

Untuk mencari korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan maka digunakan rumus koefisien korelasi (Trihendradi, 2009: 202) :

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

Dimana :

$X$  = kualitas pelayanan.

$Y$  = loyalitas pelanggan.

$N$  = jumlah responden.

Selain menggunakan rumus tersebut penghitungan akan menggunakan bantuan *software* SPSS ver.16 *for windows* sebagai perbandingan apakah hasil yang didapat akan sama apabila menggunakan program tersebut.

Selanjutnya nilai korelasi yang diperoleh diinterpretasikan ke dalam klasifikasi menurut Jonathan Sarwono (Sarwono, 2010) yang tersaji dalam tabel 3.9, yaitu :

**Tabel 3.9**  
**Interpretasi Korelasi**

Koefisien Korelasi	Kriteria Korelasi
1	Sempurna
$>0,75 - 0,99$	Korelasi sangat kuat
$>0,5 - 0,75$	Korelasi kuat
$>0,25 - 0,5$	Korelasi cukup
$>0 - 0,25$	Korelasi sangat lemah
0	Tidak ada korelasi antara dua variabel

Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi. Besarnya  $r^2$  ini menunjukkan besarnya persentase varians variabel yang satu turut ditentukan oleh varians variabel yang lain.

#### **b. Uji Signifikansi Simultan**

Uji signifikansi simultan atau uji F biasa digunakan untuk menguji hipotesis yang berhubungan dengan analisis regresi sederhana. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau uji kelinieran. Dari sana dapat diketahui apakah model regresi linier dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas dan mengetahui apakah variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Kuncoro,2004).

Untuk melakukan uji signifikansi simultan maka dilakukan penghitungan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS ver.16 *for windows* adapun hipotesis dan kriteria pengujian disini adalah sebagai berikut :

1) Hipotesis Uji

$H_0$  : Nilai hubungan variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas pelanggan adalah tidak signifikan atau tidak berarti ( $r = 0$ )

$H_1$  : Nilai hubungan variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas pelanggan adalah signifikan atau berarti ( $r \neq 0$ )

2) Kriteria Pengambilan Keputusan

- Terima  $H_0$  jika nilai Sig pada tabel lebih besar dari nilai taraf signifikansi dari penelitian ini, yaitu 5% atau 0,05, atau
- Tolak  $H_0$  jika nilai Sig pada tabel lebih kecil dari nilai taraf signifikansi dari penelitian ini, yaitu 5% atau 0,05
- Terima  $H_0$  jika nilai F pada tabel lebih besar dari nilai F hasil dari penelitian ini, F tabel untuk penelitian ini adalah 4,03 atau
- Tolak  $H_0$  jika nilai F pada tabel lebih kecil dari nilai F dari penelitian ini.

**c. Analisis Regresi Sederhana**

Analisis Regresi Sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat atau dengan kata lain untuk mengetahui seberapa jauh perubahan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat (Sudjana,2000:310). Uji regresi juga digunakan untuk meramalkan suatu variabel terikat berdasarkan pada suatu variabel bebas dalam suatu persamaan linier (Trihendradi, 2009 :208).

Dalam analisis regresi sederhana, pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dibuat persamaan sebagai berikut (Sudjana,2000:310) :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Variabel terikat (*Dependent Variable*)

$X$  = Variabel bebas (*Independent Variable*)

Untuk mencari persamaan garis regresi dapat digunakan rumus, sehingga nilai konstanta ( $a$ ) dan nilai koefisien regresi ( $b$ ) dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\{(\sum Y \cdot \sum X^2) - (\sum X \cdot \sum XY)\}}{\{(N \cdot \sum X^2) - (\sum X)^2\}} \quad \text{atau} \quad a = \left(\frac{\sum Y}{N}\right) - b \left(\frac{\sum X}{N}\right)$$

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

Untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan menggunakan analisis regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Loyalitas Pelanggan

$X$  = Kualitas Pelayanan

Selain menggunakan rumus diatas, digunakan juga bantuan *software* SPSS ver.16 *for windows* sehingga dapat dilakukan perbandingan apakah nilai regresi yang dihitung akan sama.

### **G. Prosedur Penelitian dan Pengumpulan Data**

Persiapan-persiapan yang dipandang perlu sebelum penelitian antara lain:

1. Melakukan studi kepustakaan tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, serta data yang dapat mengenai Garuda Indonesia yang dapat diperoleh dari media cetak dan elektronik
2. Melakukan observasi ketempat penelitian sekaligus memutuskan instrumen apakah yang akan digunakan dalam penelitian
3. Membuat angket mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan
4. Setelah melakukan persiapan-persiapan penelitian, kemudian melakukan penelitian dengan menyebarkan angket dilokasi objek penelitian.
5. Setelah penyebaran angket, data yang didapat akan diolah dan dipergunakan dengan sebaik-baiknya untuk penelitian.