

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:58), "Variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari". Menurut Uma Sekaran (2006:115) "Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai".

Garuda Indonesia Airlines dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan bahwa objek ini perlu dilakukan penelitian mengenai, pengaruh *frequent flyer relationship program* penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *frequent flyer relationship program* yang dilakukan melalui program *Garuda Frequent Flyer* (GFF) yang terdiri dari *benefit from these program* (x_1), *the interest of this program* daya tarik *program frequent flyer* (x_2), *greedet personally* (pelayanan secara individu) (x_3), *prestige frequent flyer program* (*reward* atau penghargaan dari *program frequent flyer*) (x_4) terhadap loyalitas membership Garuda Indonesia. Penelitian ini juga dilakukan dalam kurun waktu selama enam bulan dengan menggunakan metode *cross sectional*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian Dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian adalah suatu ilmu tentang kerangka kerja melaksanakan penelitian yang bersistem yang berarti dikerjakan secara kontekstual. Konteks penelitian tersusun atas unsur-unsur yang terdiri dari filsafat yang menjadi

pangkal beranjak pemikiran, berpikir yang membentuk gagasan dasar dan konsep, nalar yang menjalankan proses pemahaman persoalan yang menjadi buah telah dan selanjutnya menjalankan proses penarikan kesimpulan, takrif yang membuat batasan pemikiran tentang konsep sebagai abstraksi wujud dan asumsi yang menjadi latar belakang hipotesis dengan suatu implikasi tertentu.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut pendapat sugiono (2007:11) penelitian *deskriptif* merupakan penelitian yang bertujuan memberikan gambaran dari variabel penelitian. Hal serupa dikemukakan oleh Travel Travens dalam Husein Umar (2006:21) bahwa “penelitian dengan menggunakan metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau dengan menghubungkan variabel lain”. Melalui jenis penelitian *deskriptif* maka dapat diperoleh deskripsi mengenai pengaruh *frequent flyer relationship program* dalam meningkatkan loyalitas member Garuda Indonesia.

Metode penelitian *verifikatif* adalah suatu metode yang menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh *frequent flyer relationship program* dalam meningkatkan loyalitas member Garuda Indonesia. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanotary*.

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2010:7), yang dimaksud metode survei yaitu:

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

Metode *explanatory survey* menurut Sugiyono (2010:7) adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu “Metode yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu” (Cooper dan Schindler, 2006:160).

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun oleh karena itu metode yang digunakan adalah *cross section method*, yaitu “Metode yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu” (Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, 2008:160).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Untuk memperoleh data tersebut, penulis perlu menterjemahkan variabel termasuk indikator ke dalam data operasional, sehingga dapat diketahui tentang jenis data yang diperlukan dengan data pengukurannya sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel ini merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *frequent flyer relationship program* yang dinotasikan sebagai variabel X yang terdiri dari *benefit from these program* (x1), *the interest of this program* daya tarik program *frequent flyer* (x2), *greeted personally* (pelayangan secara individu) (x3), *prestige frequent flyer program* (*reward* atau penghargaan dari *program frequent flyer*) (x4).

2. Variabel Dependen

Variabel ini merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lain dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan yang dinotasikan sebagai variabel Y. Variabel yang dijadikan objek pada penelitian kali ini dioperasikan variabelnya menggunakan skala ordinal yang akan ditransformasikan ke dalam skala interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*).

Berdasarkan ruang lingkup permasalahan yang telah dikemukakan di atas maka variabel- variabel yang akan diteliti dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Frequent flyer relationship program</i>	<p>“<i>Type of relationship marketing programme, the frequency marketing program is widely used by many kinds of service providers including hotels,airlines,credit card and telephone companies. Frequent flyer programmes were introduced by American Airlines in 1981. Today, 70 airlines worldwide have a frequent flyer programme</i>”. Dapat diartikan salah satu program pemasaran <i>frequent flyer</i> secara luas dipakai oleh berbagai macam layanan pengguna hotel, Airlines, kartu kredit dan perusahaan telepon. <i>Frequent flyer program</i> pertama dibuat oleh Amerika Airlines pada tgn 1981. Sekarang 70 perusahaan penerbangan didunia menggunakan <i>frequent flyer program</i> atau <i>membership program</i></p> <p>Sumber : Journal M.long, D.clark :2003</p>				

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Benefit</i> (kemudahan dan keunggulan dari program ini) <i>X1</i>	Memberikan kemudahan dan keuntungan untuk memenuhi keinginan <i>member</i> (Sumber : Journal M.long, D.clark :2003)	- Kemudahan prosedur menjadi <i>member GFF</i>	-Tingkat kemudahan prosedur Pendaftaran <i>member</i> , kartu credit dan web	Ordinal	III.a.1
		- Manfaat yang didapat dari program <i>GFF</i> , <i>diskon</i> , <i>akumulasi miles/point</i> ,	-Tingkat manfaat yang didapatkan dari program <i>GFF membership</i> , <i>diskon</i> , <i>akumulasi miles/point</i>	Ordinal	III.a.2
		-Kemudahan mendapatkan <i>reward</i> , <i>diskon</i> , , <i>akumulasi miles dan point</i> <i>rendeem dari partner GFF</i>	- Tingkat kemudahan mendapatkan <i>reward</i> , <i>diskon</i> , , <i>akumulasi miles dan point</i> <i>redeem dari partner GFF</i>	Ordinal	III.a.3
<i>interest x2</i>	Kemenarikan dari program <i>frequent flyer relationship</i> (Sumber : Journal M.long, D.clark :2003)	- Daya tarik program garuda <i>frequent flyer</i>	-Tingkat daya tarik program <i>GFF</i>	Ordinal	III.b.1
		-Daya tarik dari <i>diskon</i> , <i>akumulasi miles</i> , dan <i>reward</i>	-Tingkat daya tarik dari <i>diskon</i> , <i>akumulasi miles</i> , dan <i>reward</i>	Ordinal	III.b.2
<i>greedet personally</i> (<i>pelayangan secara individu</i>) <i>x3</i>	Pelayanan <i>frequent flyer</i> program yang di terima pelanggan (Sumber : Journal M.long, D.clark :2003)	- Daya tarik pelayanan	- Tingkat daya tarik pelayanan	Ordinal	III.c.1
		- Kemenarikan kegiatan pelayanan lakukan	- Tingkat keunikan pelayanan	Ordinal	III.c.2
		- Frekuensi pelayanan yang di terima	- Tingkat frekuensi pelayanan yang berikan	Ordinal	III.c.3

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Prestige X4</i>	<i>Life style</i> setelah menjadi <i>member</i> (Sumber : Journal M.long, D.clark :2003)	- Prestige yang dirasakan setelah menggunakan GFF	- Tingkat prestige yang dirasakan setelah menggunakan GFF	Ordinal	III.d.1
		- Kepuasan menjadi <i>member</i> GFF	- Tingkat kepuasan menjadi <i>member</i> GFF	Ordinal	III.d.2
		- Manfaat dari <i>leveling member</i> GFF	- Tingkat manfaat dari <i>level member</i> GFF	Ordinal	III.d.3
Loyalitas pelanggan Y	Suatu pola pembelian yang teratur dalam jangka waktu yang lama yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambilan keputusan. (Griffin, 2005:53)				
		Pembelian secara teratur	- Tingkat keinginan <i>member</i> untuk melakuka penerbangan lagi - Frekuensi menggunakan kembali Garuda	Ordinal	Iv.a.1
		Membeli di luar lini produk atau jasa	- Tingkat ketertarikan pelanggan untuk menggunakan fasilitas lain cargo,citilink, Garuda <i>holidays</i> - Tingkat frekuensi <i>member</i> dalam menggunakan fasilitas lain seperti cargo,Citilink, garuda <i>holiday</i>	Ordinal Ordinal	IV.b.1 IV.b.2

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain	- Tingkat merekomendasikan menggunakan Garuda Indonesia -Tingkat Frekuensi Merekomendasikan produk/jasa Garuda	Ordinal Ordinal	V.c.1 V.c.2
		Kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing	- Tingkat penolakan penumpang untuk memakai maskapai pesaing - Tingkat Keinginan tetap menggunakan Garuda <i>frequent flyer</i>	Ordinal Ordinal	IV.c.1 IV.c.2

Sumber: diolah dari beberapa sumber literatur

3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terisi atas dua jenis diantaranya data primer yaitu data yang diperoleh dengan proses wawancara kepada penumpang Garuda Indonesia yang didasarkan pada acuan kuesioner yang telah dipersiapkan dengan responden mewakili populasi, serta data sekunder merupakan data mengenai adanya suatu peristiwa ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orsinil. Untuk memperjelas mengenai data dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis data	Sumber Data
1.	Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke indonesia 2001-2010	Data sekunder	Badan Pusat Statistik Indonesia 2011
2.	Perkembangan industri penerbangan domestik dan internasional 2009	Data sekunder	PT (persero) Angkasa pura I dan II 2011
3.	<i>Market share</i> garuda indonesia <i>airline</i> 2011	Data sekunder	PT (persero) Angkasa pura I dan II 2011
4.	Data statistik penumpang garuda indonesia <i>airlines</i>	Data sekunder	<i>Management Garuda Indonesia Airline</i> 2011
5.	Data jumlah penumpang garuda <i>frequent flyer</i>	Data sekunder	Garuda <i>frequent flyer</i> 2011
6.	Kuesioner	Primer	
7.	Responden	Primer	Anggota GFF

Sumber: diolah dari berbagai sumber

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Di dalam pengumpulan dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Menurut Sugiyono, (2010:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Uma Sekaran (2008:122) menyatakan Populasi merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi di mana sampel diambil.

Berdasarkan definisi populasi di atas maka populasi pada penelitian ini adalah jumlah penumpang yang diperoleh dari pihak manajemen Garuda

Indonesia berdasarkan jumlah *member Garuda Frequent Flyer* pada tahun 2012 yaitu sebanyak 578.354 *member*.

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2009:116) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah ataupun karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tertentu. Sampel juga merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Berdasarkan pengertian mengenai sampel di atas, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sejumlah orang yang dipilih dari populasi yaitu sebagian dari jumlah penumpang. Dalam penelitian ini peneliti melakukan

cara pengambilan sampel dengan menggunakan rumus sederhana dalam menentukan ukuran sampel yang dikembangkan oleh Slovin yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan: n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = galat pendugaan

Berdasarkan perhitungan pada rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{578.354}{1 + (578.354) \times (0.01)^2}$$

$$= 100$$

Berdasarkan teknik perhitungan tersebut maka untuk penelitian ini dapat ditarik sampel sebanyak 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik sampel merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, untuk mendapatkan sampel representatif, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel, sehingga peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yang berarti teknik sampling memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel, khususnya *Systematic Random Sampling*.

Dimana teknik ini melakukan pengambilan sampel secara acak sistematis menurut interval tertentu yang dari setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel (Sugiono, 2010:81). Menurut Ulber Silalahi (2009:264) *Systematic Random Sampling* adalah teknik pemilihan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak hanya untuk sampel yang pertama dari sejumlah sampel, sedangkan untuk sampel berikutnya dipilih secara sistematis. Maka dengan teknik tersebut peneliti melakukan survei yang dilakukan pada *member Garuda frequent flyer*

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam penelitian ini melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Mengadakan penelitian dengan membaca literatur maupun sumber-sumber lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dengan instrumen- instrumen sebagai berikut:

1. Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap perilaku penumpang atau *member*

1. Wawancara

Proses memperoleh keterangan untuk tujuan memperoleh penelitian dengan melakukan tanya jawab dengan pegawai Garuda Indonesia Airlines

2. Kuesioner (Angket)

Sugiyono (2008:142) mengemukakan bahwa “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis untuk memperoleh data yang objektif. Kuesioner di tujuan kepada *member* Garuda Indonesia Airlines

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti yang terdiri dari *frequent flyer relationship program* dan loyalitas. Studi literatur dalam penelitian ini didapat dari berbagai sumber seperti skripsi, jurnal, media cetak dan elektronik.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sugiyono (2009:172) mengemukakan bahwa Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian Validitas dapat menggunakan rumus korelasi sederhana atau sering kali disebut sebagai korelasi Pearson dimana teknik korelasi ini masuk kategori statistik parametrik sehingga ada syarat-syarat yang harus terpenuhi diantaranya:

- a. Data berskala interval atau rasio
- b. Sebaran data mengikuti distribusi kurva normal
- c. Teknik sampling sebaiknya *probability sampling*

Adapun rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson dapat dijabarkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = skor total

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = banyaknya responden

Hubungan antara 2 variabel ada yang positif dan ada juga yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y . Sebaliknya dikatakan negatif apabila kenaikan (penurunan) X disertai dengan penurunan (kenaikan) Y .

Kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y apabila dinyatakan dengan fungsi linier (paling tidak mendekati), diukur dengan suatu nilai yang disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar adalah 1. Jadi jika r = koefisien korelasi maka r dapat dirumuskan $-1 \leq r \leq +1$.

Artinya:

- a. Jika $r = 1$ atau mendekati, hubungan X dan Y sangat kuat, sempurna dan positif
- b. Jika $r = -1$ atau mendekati, hubungan X dan Y sangat kuat, sempurna dan negatif
- c. Jika $r = 0$ maka X dan Y tidak mempunyai hubungan

Menurut Suharsimi Arikunto(2006:245) untuk memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan maka dibuat pedoman yang tertera pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN 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 (2006:245)

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan $dk=n-2$ taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan kuesioner penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)
4. Berdasarkan kuesioner yang diuji terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) adalah $n-2$ ($20-2=18$), maka dapat didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Sciencies*) 18.0 for windows menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid. Berikut Tabel 3.4 tentang uji validitas dari instrumen penelitian ini:

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Pertanyaan/ Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
<i>Frequent flyer Relationship program</i>				
<i>Benefit</i>				
1.	Kemudahan prosedur menjadi <i>member</i> GFF	0,734	0,374	Valid
2.	Manfaat dari program GFF diskon, akumulasi miles dan point	0,735	0,374	Valid
3.	Kemudahan mendapatkan diskon, akumulasi miles, dan reward	0,719	0,374	Valid
<i>Interest</i>				
4.	Daya tarik dari <i>frequent flyer relationship program</i>	0,730	0,374	Valid
Tabel Lanjutan 3.4	diskon, akumulasi miles	0,832	0,374	Valid
<i>Greeted personally</i>				
6.	Daya tarik pelayanan program GFF dari reservasi, priority check-in, special check-in counter	0,437	0,374	Valid
7.	Keramahan pelayanan secara individu	0,632	0,374	Valid
8.	Penanganan keluhan secara individu	0,870	0,374	Valid
9.	Penyebutan nama secara individu	0,853	0,374	Valid
<i>Prestige</i>				
10.	Prestige yang dirasakan setelah menggunakan GFF	0,813	0,374	Valid
11.	Kepuasan setelah menjadi <i>member</i> GFF	0,884	0,374	Valid
12.	Manfaat setelah menjadi <i>member</i> GFF	0,813	0,374	Valid
LOYALITAS				
1.	Keinginan untuk menggunakan kembali maskapai Garuda Indonesia	0,671	0,374	Valid
2.	Frekuensi menggunakan kembali Garuda Indonesia	0,642	0,374	Valid
3.	Ketertarikan <i>member</i> dalam menggunakan fasilitas lain seperti citilink, Garuda cargo, Garuda orient holidays	0,543	0,374	Valid
4.	Frekuensi <i>member</i> dalam menggunakan fasilitas lain seperti citilink, Garuda cargo, Garuda orient holidays	0,599	0,374	Valid
5.	Keinginan merekomendasikan kepada orang lain untuk memakai Garuda Indonesia	0,421	0,374	Valid

No	Pertanyaan/pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
6.	Keinginan untuk tetap menggunakan Garuda <i>frequeunt flyer</i>	0,543	0,374	Valid
7.	Penolakan <i>member</i> untuk menggunakan produk maskapai pesaing	0,405	0,374	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2012

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Adapun langkah- langkah dalam melakukan uji reliabilitas diantaranya:

1. Memberikan nomor pada angket yang masuk
2. Memberikan skor pada setiap butir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan
3. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor dikuadratkan.
4. Menghitung variasi butir dengan rumus:

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

5. Menghitung varians total (σ_i^2)
6. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right] \quad \text{Suharsimi Arikunto, (2006)}$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_1^2$ = jumlah varians butir

$\sigma_1^2 = \text{varians total}$

1. Hasil r kemudian dikonsultasikan ke dalam tabel *product moment* jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka instrumen tersebut reliabel.

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel

$r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Hasil pengujian didasarkan pada sebuah perhitungan dengan menggunakan SPSS 18.0 *for window* untuk memperoleh hasil pengujian reliabilitas. Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha)	r_{tabel}	Keterangan
1.	<i>Frequent flyer relationship program</i>	0,744	0,700	Reliabel
2.	Loyalitas	0,598	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2012

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

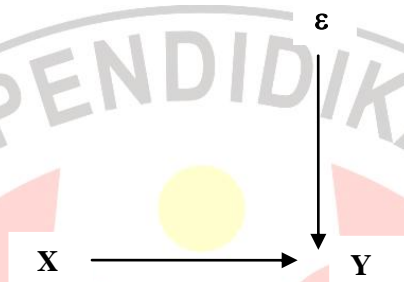
Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Yaitu memberikan keterangan mengenai *Frequent flyer Relationship program* yang terdiri dari *benefit from these program* (x_1), *the interest of this program* daya tarik *program frequent flyer* (x_2), *greedet personally* (pelayanan secara individu) (x_3), *prestige frequent flyer program* (reward atau penghargaan dari *program frequent flyer*) (x_4).

Teknik analisis data merupakan cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Proses untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini, analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data ordinal yang ditransformasikan menggunakan MSI. Adapun pengolahan data dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS for windows 18.0, Transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. Untuk itu pilih menu *analyze*, pilih *descriptive statistic*. Klik *descriptive*. Blok semua variabel, klik >. Klik Ok. Klik *save* untuk menyimpan data. Untuk memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *analyze*, pilih *regression*, klik *linier*. Pengisian kotak independen, blok semua variabel endogen, yaitu Zscore (Y) (*yz*) dan klik >. Pengisian kotak independen, blok semua variabel eksogen dan klik >. Method, pilih *enter*. Kemudian dari kotak statistik, klik *descriptive*. Untuk jelasnya proses analisis jalur dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

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



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan: **X**= *Frequent flyer Relationship program*

Y = loyalitas pelanggan

ε = Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa *Frequent flyer Relationship program* berpengaruh terhadap loyalitas penumpang. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara *Frequent flyer Relationship program* yang terdiri dari *benefit from these program* (x_1), *the interest of this program* (daya tarik *program frequent flyer*) (x_2), *greedet personally* (pelayanan secara individu) (x_3), *prestige frequent flyer program* (reward atau penghargaan dari *program frequent flyer*) (x_4) dan Y (loyalitas penumpang) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ , namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara *Frequent flyer relationship program* dan Loyalitas pelanggan diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi

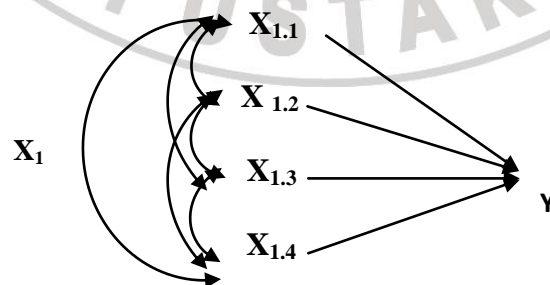
terdapat pengaruh yang signifikan antara *Frequent flyer relationship program* terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

1. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar sebagai berikut.
2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 11 berikut.:



GAMBAR 3.3
JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X = *Frequent flyer Relationship program* (X)

X_1 = *benefit from these program* (X_1)

X_2 = *the interest of this program* (X_2)

X_3 = *greedet personally* (X_3)

X_4 = *prestige frequent flyer program* (X_4)

Y = *Loyalitas pelanggan*

ϵ = *Epsilon (Variabel Lain)*

3. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ 1 & r_{X_1 X_2} & r_{X_3 X_1} & r_{X_4 X_1} \\ & 1 & r_{X_3 X_2} & r_{X_4 X_2} \\ & & 1 & r_{X_4 X_3} \\ & & & 1 \end{bmatrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_1 & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{bmatrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

Menghitung matriks invers korelasi

$$\begin{pmatrix} P_{yx1} \\ P_{yx2} \\ P_{yx3} \\ P_{yx4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{11} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ r_{yx2} \\ r_{yx3} \\ r_{yx4} \end{pmatrix}$$

6. Hitung $R^2Y (X_{1.1}, X_{1.2})$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1.1}, X_{1.2}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus

$$R^2Y (X_1, \dots, X_4) = [P_{yx1}, \dots, P_{yx4}] \begin{pmatrix} r_{yx1} \\ \dots \\ \dots \\ r_{yx4} \end{pmatrix}$$

a. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X_1 Terhadap Y

Pengaruh X_1 terhadap Y

Pengaruh Langsung = $P_{YX_1} \cdot P_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_2) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_2} \cdot P_{YX_2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_3} \cdot P_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $P_{YX_1} \cdot r_{X_1 X_4} \cdot P_{YX_4} +$

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) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_1} \cdot P_{YX_1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_3) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_3} \cdot P_{YX_3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_4) = $P_{YX_2} \cdot r_{X_2 X_4} \cdot P_{YX_4} +$

b. Pengujian secara individual dengan uji t

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

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X2.1, X2.2, X2.3)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

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

$$t = \frac{P_{X1Xi} - P_{X1Xj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{2(X1.1, X1.2, X1.3, X1.4)})(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

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

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Kriteria pengambilan keputusan hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Hipotesis nol $H_0 : \rho = 0$ maka, tidak terdapat pengaruh signifikan antara *frequent flyer relationship program* yang terdiri dari *benefit from these program* (x1), *the interest of this program* daya tarik *program frequent flyer* (x2), *greeted personally* (pelayangan secara individu) (x3), *prestige frequent flyer program* (*reward* atau penghargaan dari *program frequent flyer*) (x4) terhadap peningkatan loyalitas *member* Garuda Indonesia

Hipotesis nol $H_0 : \rho \neq 0$ maka, terdapat pengaruh signifikan antara *frequent flyer relationship program* terhadap loyalitas *member* Garuda Indonesia