

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis antara *Yield Management* (X) sebagai variabel bebas (*independent variable*) atau variabel eksogen dengan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*). *Yield Management* meliputi:

1. *Discounting*
2. *Odd Pricing*
3. *Synchro Pricing*
4. *Penetration Pricing*

Berdasarkan *Yield Management* (X) meliputi *Discounting*, *Odd Pricing*, *Synchro Pricing*, *Penetration Pricing*, dan keputusan pembelian (Y) meliputi: keputusan pembelian yang terdiri dari lima indikator yaitu, pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah penumpang Kangaroo Travel dan Transport di kota Bandung. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan diteliti mengenai Pengaruh penerapan *Yield Management* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo Travel & Transport di kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*.

Definisi metode penelitian menurut (Sugiyono, 2008:2), yaitu: Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamat oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

Tujuannya yaitu untuk mengetahui gambaran dari variabel penelitian mengenai pelaksanaan penerapan *Yield Management* serta pandangan responden tentang keputusannya menggunakan Kangaroo Travel & Transport.

Berdasarkan jenis penelitian *deskriptif*, metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey* untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Metode tersebut dipergunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2002:7): Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data

yang dipelajari adalah data-data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Dalam penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *Yield Management* serta pandangan responden tentang keputusannya menggunakan Kangaroo Travel dan Transport.

Pada penelitian dengan menggunakan metode *survey*, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kerja secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Selain itu karena penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu kurang dari satu tahun (Husein Umar, 2003).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah penerapan *Yield Management* (X) yang terdiri dari *Discounting*, *Odd Pricing*, *Shynchro Pricing*, dan *Penetration Pricing*, sedangkan untuk variabel (Y) adalah keputusan menggunakan Kangaroo Travel dan Transport dengan indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan jumlah pembelian.

. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat operasional variabel pada tabel di bawah ini:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

VARIABEL/ SUB VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM SOAL
Yield Management (sample) (X)	<p>“Yield Management is a method that can help a firm sell the right inventory unit to the right customer at the right time and for the right price. It guides the decision of how to allocate undifferentiated units of limited capacity to available demand in a way that maximizes profit or revenue.</p> <p>Yield Management adalah merupakan suatu metode yang membantu perusahaan untuk menjual persediaan pada konsumen yang tepat pada waktu yang tepat dan harga yang tepat. Yield Management menuntun keputusan untuk bagaimana mengalokasikan unit dari kapasitas</p>	Discounting (Potongan harga untuk mengkomunikasikan kepada para pembeli yang sensitif terhadap harga)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penilaian responden terhadap daya tarik akan potongan harga yang diberikan 	Ordinal	
		Odd Pricing (Menetapkan harga jasa sedemikian rupa sehingga membuat konsumen mempersepsikan bahwa mereka mendapatkan harga yang lebih murah)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penilaian responden terhadap penetapan harga jasa yang diberikan 	Ordinal	
		Shynchro Pricing (Mengelola permintaan akan jasa melalui pemahaman atas sensitivitas pelanggan terhadap harga)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penilaian responden tentang penerapan harga yang berbeda sesuai dengan kebutuhan yang berbeda 	Ordinal	
		Penetration Pricing (Menetapkan harga murah untuk suatu jasa baru)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penilaian responden terhadap harga murah untuk suatu jasa 	Ordinal	

	yang terbatas kepada permintaan yang ada dalam rangka untuk memaksimalkan profit atau pendapatan. (Kimes & Chase; 1998)				
Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan dalam konsep pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler dan Amstrong:2006:129))	Pilihan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Besarnya manfaat/kebutuhan • Tingkat penilaian kualitas 	Ordinal	
		Pilihan merek	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keinginan membeli merek • Tingkat penilaian terhadap merek (citra merek) 	Ordinal	
		Pilihan penyalur	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan pemilihan lokasi pembelian 	Ordinal	
		Pilihan waktu	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemilihan waktu pembelian 	Ordinal	
		Pilihan jumlah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat frekuensi pembelian 	Ordinal	

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 Husein Umar (2004:42) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti, Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan

disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh, dan dalam penelitian ini data yang dipakai adalah:

1. Sumber data primer

Data yang dikumpulkan secara khusus oleh peneliti sendiri dari sumber aslinya yaitu data yang diperoleh dari kuisisioner yang disebarkan kepada sejumlah responden

2. Data Sekunder

data yang tersedia yang dikumpulkan oleh pihak lain, baik dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang digunakan oleh peneliti sebagai sumber data penelitiannya seperti buku, artikel, serta situs internet.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Data	Sumber
1	Primer	Tanggapan konsumen mengenai penerapan <i>Yield Management</i>	Konsumen
2	Primer	Tanggapan konsumen mengenai keputusan menggunakan Kangaroo Travel	Konsumen
4	Primer	Daftar harga beberapa merek travel	Produsen
5	Sekunder	Merek dan Industri Travel di Indonesia	Marketing 2008

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

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 ditarik kesimpulan (Sugiyono,2006:90). Adapun menurut Sugiono (2002:72) bahwa 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.

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

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah penumpang Kangaroo Travel & Transport di kota Bandung, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 3.2
JUMLAH PENUMPANG KANGAROO TRAVEL
JAKARTA-BANDUNG TAHUN 2008

Tahun Ke	1	2	3
Jml Penumpang	29.483	30.185	38.682

Sumber: Kangaroo Cabang Bandung, 2008

Pengambilan populasi ini dilaksanakan setelah peneliti melakukan pra penelitian dan wawancara dengan Bapak Yoga Saputra yang menjabat sebagai Manajer Pemasaran. Populasi ini dihitung dari berdasarkan keterangan dari Kangaroo Travel & transport di Kota Bandung yang menghitung setiap tahunnya

rata-rata penumpang yang menggunakan jasa travel dirata-ratakan tiap tahunnya adalah 32.783 orang, dari data tersebut penulis mengambil populasi selama satu tahun karena berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan. Hasil pra penelitian tersebut penulis mengambil populasi sebanyak 32.783 orang.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki populasi tertentu Sugiyono (2006:91). Sampel diartikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar. Penggunaan sampel disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus sampel Slovin (Husein Umar,2003:141) yaitu sebagai berikut :

:

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

Dimana:

n = sampel

N = populasi

e = 10 % = 0,1

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

$$n = \frac{32.783}{1 + 32.783 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{32.783}{1 + 32.783 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{32.783}{328,83}$$

$$n = 99,69 \approx 100$$

Dari perhitungan tersebut, diketahui ukuran sampel sebanyak 99,69 dibulatkan menjadi 100 orang, untuk mendapatkan ukuran sampel tersebut maka peneliti melakukan penarikan sampel pada penumpang Kangaroo Travel & Transport di Kota Bandung.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan. Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampel berdasarkan teknik simple random sampling. Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 134) teknik ini digunakan apabila populasi yang diteliti dianggap homogen. Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel. Sampel yang diambil yaitu penumpang kangaroo Travel rute bandung Jakarta sebanyak 100 orang.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu mengenai dimensi *sample* (pengujian gratis) dan tingkat keputusan pembelian.
2. Studi lapangan:
 - a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu penumpang Kangaroo travel (Survei pada Kangaroo Travel dan Transport di Kota Bandung).
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak lain.
3. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket berisi pertanyaan tertutup mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, serta tanggapan responden terhadap pelaksanaan *Yield Management*, yang dilaksanakan oleh Kangaroo Travel serta tingkat keputusan menggunakan Kangaroo Travel di Kota Bandung.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

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*.

3.2.6.1 Pengujian 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*.

Pengujian validitas instrument dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan anantara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2002).

Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:274)

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

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2006:245) dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut:

TABEL 3.3
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)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

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

Keputusan pengujian validitas responden penumpang Kangaroo Travel di Kota Bandung, dengan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

Yield Management (X)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
1. Discounting				
1	Apakah anda termasuk orang yang sensitif terhadap harga	0,617	0,374	Valid
2	Bagaimana tanggapan anda mengenai potongan harga yang diberikan oleh Kangaroo Travel dan Transport	0,786	0,374	Valid
2. Odd Pricing				
3	Bagaimana tanggapan anda mengenai harga jasa yang ditentukan yang oleh Kangaroo Transport dan Travel	0,695	0,374	Valid
4	Apakah harga yang diberikan oleh Kangaroo Travel dan Transport sesuai dengan yang anda harapkan	0,761	0,374	Valid
3. Synchro Pricing				
5	Bagaimana tanggapan anda mengenai penetapan harga berbeda untuk lokasi yang berbeda	0,550	0,374	Valid
6	Bagaimana tanggapan anda mengenai variasi harga dilakukan pada saat konsumsi jasa dilakukan	0,699	0,374	Valid
7	Bagaimana tanggapan anda mengenai potongan harga untuk pembelian jasa dalam kuantitas besar	0,631	0,374	Valid

8	Bagaimana tanggapan anda mengenai harga yang lebih murah ditawarkan kepada para klien baru atau klien saat ini dengan harapan bisa mendorong agar menjadi pengguna rutin atau pengguna yang lebih sering menggunakan jasa perusahaan.	0,855	0,374	Valid
4. Penetration Pricing				
9	Bagaimana tanggapan anda mengenai Kangaroo Travel dan Transport yang akan menetapkan strategi harga murah untuk sebuah percobaan produk atau jasa baru	0,605	0,374	Valid
10	Bagaimana tanggapan anda mengenai Kangaroo Travel dan Transport yang akan menetapkan strategi harga murah agar mendapatkan pemakaian/konsumsi jasa lebih banyak	0,510	0,374	Valid
Keputusan Menggunakan (Y)				
No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
11	Manfaat/Kebutuhan	0,411	0,374	Valid
12	Penilaian Kualitas	0,637	0,374	Valid
13	Keinginan Membeli Merek	0,456	0,374	Valid
14	Citra/Image Merek	0,551	0,374	Valid
15	Kemudahan memilih Lokasi	0,450	0,374	Valid
16	Kebutuhan	0,727	0,374	Valid
17	Frekuensi Pembelian	0,563	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.4 di atas dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga

instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut adalah baik. Reliabilitas menunjukkan keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002:178).

Rumus reliabilitas yaitu:

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

Keterangan :

σb^2 = Harga varian tiap butir pertanyaan

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor total

$(\sum x)^2$ = Kuadrat seluruh skor responden di setiap butir pertanyaan

N = Jumlah responden

Menghitung varian total (σ^2)

$$\sigma^2 = \frac{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Harga varian total

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat total

$(\sum y)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden Menghitung reliabilitas angket dengan rumus alpha

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

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas angket

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Harga varian butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Harga varian total

Pertanyaan reliabel apabila harga r_{11} pada thitung > rtabel tingkat kepercayaan 95% dan dk (n-2)

TABEL 3.5
KLASIFIKASI KOEFISIEN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Interval Reliabilitas	Klasifikasi
0,800-1,000	Sangat Tinggi
0,600-0,800	Tinggi
0,400-0,600	Cukup
0,200-0,400	Rendah
0,000-1,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2004:245)

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 15.0 for windows. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15.0 for window sebagai berikut:

1. Memasukkan data variable X dan variable 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. Dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2008:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria 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.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan Tabel 3.5 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>Yield Management</i>	0,903	0,374	Reliabel
2	Tingkat Keputusan Menggunakan	0,805	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasar variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh penerapan *Yield Management* terhadap tingkat keputusan dalam menggunakan Kangaroo Travel.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

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

3. Menganalisis Data

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

4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linier. Karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu *Yield Management* (X) dan Keputusan Menggunakan (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier.

3.2.7.1 Method Of Successive Interval (MSI)

Pada analisis jalur, memiliki syarat sekurang-kurangnya data berskala interval. Untuk itu, karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut yaitu:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

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

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Peneliti menggunakan bantuan program *software* SUCC'97 pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

3.2.7.2 Analisis Deskriptif

Penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif tentang pelaksanaan customer promotion melalui program *sample* yang terdiri dari 4 indikator yaitu: *Discounting*, *Odd Pricing*, *Synchro Pricing*, dan *Penetration Pricing*.
2. Analisis deskriptif tentang pengaruh *Yield Management* terhadap Tingkat keputusan menggunakan Kangaroo Travel.

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner atau 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 penumpang Kangaroo Travel, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*Likert's Summated*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor sebagai berikut:

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN PERTANYAAN
POSITIF DAN NEGATIF

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 *hybrid ordinally-interval scale* yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. (*Hybrid ordinally-interval scale* menurut Asep Hermawan (2006:123) merupakan suatu skala yang secara artifisial ditransformasi ke dalam skala interval oleh peneliti).
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian penumpang Kangaroo Travel di Kota Bandung terhadap pelaksanaan *Yield Management*.
4. Total skor = total variabel x skor jawaban

$$Scale Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$
5. Tingkat kepentingan yang berkaitan dengan preferensi dan tuntutan penumpang Kangaroo Travel akan pelaksanaan *Yield Management*, 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 3 (tiga) langkah, yaitu: persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

2. Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian.
3. Melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) 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. Data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui hasil penerapan konsep *Yield Management*, dilakukan melalui pengolahan data dengan menganalisis penumpang Kangaroo Travel di Kota Bandung terhadap setiap butir kuesioner.

3.2.7.3 Analisis Verifikatif menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas (X) yaitu *Yield Management* terhadap variabel terikat (Y) yaitu Tingkat keputusan Pembelian. Maka bentuk umum persamaannya adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y' = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

- a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan
- X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:

$$\sum X_i, \sum y_i, \sum X_i \cdot Y_i, \sum X_i^2, \sum Y_i^2, \text{ dan}$$

- 2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau} \quad \bar{y} = a + b \bar{x}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi/*coefficient of determination* (r^2)

$$r^2 = \frac{b\{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)\}}{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2} \quad (\text{Sudjana, 2001:370})$$

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH (GUILFORD)

BESAR KOEFISIEN	KALSIFIKASI
0,000 - 0,199	Sangat Rendah/Lemah Dapat Diabaikan
0,200 - 0,399	Rendah/Lemah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Tinggi Kuat
0,800 - 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2008:250)

Ket : Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Pengaruh

3.2.7.4 Rancangan Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2008:188) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak

kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari konsep *Yield Management* melalui *Discounting*, *Odd Pricing*, *Synchro Pricing*, *Penetration Pricing* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo Travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari konsep *Yield Management* melalui *Discounting*, *Odd Pricing*, *Synchro Pricing*, *Penetration Pricing* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo Travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *discounting* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo Travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *discounting* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan

2. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Odd Pricing* yang ditawarkan terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Odd Pricing* yang ditawarkan terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

3. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Synchro Pricing* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Synchro Pricing* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

4. $H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Penetration Pricing* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara *Penetration Pricing* terhadap tingkat keputusan menggunakan Kangaroo travel di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.