

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Sugiyono, (2011:11) telah mendefinisikan bahwa penelitian merupakan salah satu cara yang bersifat ilmiah, guna mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Melalui tingkat penjelasan kedudukan antar variabelnya, bentuk hubungan antar variabel pada penelitian ini yaitu bersifat asosiatif kausal. Hubungan asosiatif kausal menjelaskan mengenai hubungan sebab akibat, seperti pada penelitian ini yaitu akan meneliti mengenai hubungan antara variabel independen yang disimbolkan dengan (X), terhadap variabel dependen yang disimbolkan dengan (Y).

Dalam melakukan penelitian terdapat beberapa cara pengumpulan data seperti cara survei dan cara dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data yang diperoleh dari survei pada konsumen PT Anugerah Avava Cemerlang sebagai responden, dan metode survei merupakan sumber data primer pada penelitian ini.

3.2. Operasional Variabel

Menurut Hatch dan Farhady dalam Sugiyono, (2016:38) secara teoritis, variabel sendiri merupakan alat untuk seseorang maupun objek yang memiliki suatu variasi

terhadap orang atau terhadap satu objek dengan objek lainnya. Pendapat lain juga datang dari Kerlinger dalam Sugiyono, (2016:38) yang menyebutkan bahwa variabel itu merupakan konstruk dari sifat yang akan dipelajari, serta dapat dijadikan sebagai sebuah sifat yang akan diambil dari nilai yang berbeda-beda.

Sugiyono, (2016:39) umumnya, variabel dibagi atas 2 jenis, yaitu variabel independen dan variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independence Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi dan merupakan penyebab untuk variabel lainnya, yang biasanya ditandai dengan sebuah simbol yaitu X. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah:

- a. Citra merek sebagai variabel (X_1).
- b. Kepercayaan sebagai variabel (X_2).
- c. Kualitas pelayanan sebagai variabel (X_3).

2. Variabel Terikat (*Dependence Variable*)

Dasar dari pelaksanaan penelitian ini adalah variabel dependen. Variabel dependen biasanya disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen atau umumnya yaitu variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang akan dipengaruhi dan disebabkan oleh hasil dari variabel lainnya. Variabel ini di simbolkan dengan Y. Variabel pada penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah Minat Beli Ulang Konsmen atau disebut sebagai variabel (Y).

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Merek (X1)	Citra merek (<i>brand image</i>) merupakan gambaran dari semua persepsi terhadap merek yang dibentuk melalui informasi dan pengalaman yang ada pada masa lalu terkait dengan merek tersebut.	1. Merek yang terpercaya 2. Merek memiliki citra yang baik 3. Merek mudah dikenal konsumen	<i>Likert</i>
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan merupakan sebuah pemikiran seseorang tentang gambaran suatu hal atau keyakinan seseorang mengenai produk atau merek yang akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli ulang.	1. Jaminan keamanan dan keselamatan pengguna 2. Konsisten 3. Kompensasi kerugian	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan yaitu semua upaya untuk pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan serta kebenaran dalam penyampaian harapan konsumen.	1. Berwujud 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan Kepastian 5. Empati	<i>Likert</i>
Minat Beli Ulang (Y)	Minat beli ulang didefinisikan sebagai keputusan yang terencana dari seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian kembali untuk produk atau jasa tertentu melalui pertimbangan situasi dan pengalaman yang telah terjadi setelah membeli atau berbelanja.	1. Minat transaksional 2. Minat eksploratif 3. Minat preferensial 4. Minat refensial	<i>Likert</i>

Sumber: Wasiman, S.E., (2017:122), Sari, Sari, & Dahren, (2017:176), Ramadhan dan Santosa, (2017:4), Fandiyanto & Kurniawan, (2019:22).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono, (2016:80) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang membeli tiket pesawat di PT Anugerah Avava Cemerlang Batam yang berjumlah 153 orang konsumen yang terdiri dari konsumen yang melakukan pembelian secara tunai (*cash*) yang tercatat dalam pembukuan perusahaan mulai dari periode Januari 2019 sampai dengan Juni 2019.

3.3.2. Sampel

Sugiyono, (2016:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik *sampling* yaitu *Probability Sampling* dan *Non-probability Sampling*.

Jenis sampel yang digunakan dalam pengambilan data penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu bahwa setiap anggota populasi memiliki peluang nol, dimana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk menjadi sampel. Digunakannya metode ini dalam penelitian dikarenakan beberapa alasan, yaitu individu populasinya mempunyai jumlah yang tidak terbatas (*infinite*) dan peneliti tidak mempunyai daftar lengkap individu populasinya, termasuk konsumen yang memesan melalui *online*. Dalam hal ini, tidak semua

data yang ada pada catatan penjualan perusahaan terkait konsumen yang telah bertransaksi dengan perusahaan ini bias kita hubungi satu per satu secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampelnya menggunakan *non probability sampling*, dengan teknik sampel *accidental sampling*. (Sugiyono, 2011:67) menjelaskan bahwa menggunakan *ancidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja mereka yang akan ditemui, baik secara atau kebetulan untuk dijadikan sebagai sampel. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah konsumen PT Anugerah Avava Cemerlang yang tercatat dalam pembukuan perusahaan pada tahun 2019 mulai dari periode januari 2019 sampai dengan juni 2019 yang sekiranya bisa penulis hubungi konsumennya untuk pengisian kusioner yang dibuat oleh penulis.

Dalam penentuan jumlah elemen atau anggota sampel dari suatu populasi, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber : Sugiyono, (2012:81)

Keterangan :

n = Ukuran sampel.

N = Ukuran populasi.

e = Toleransi ketidakteelitian (*Error*)

Penarikan sampel responden konsumen yang melakukan pembelian secara tunai (*cash*) dari periode januari 2019 sampai dengan juni 2019 adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)} = \frac{153}{1 + (153 \times 0,05^2)} = \frac{153}{1 + (0,3825)} = 110,6690777577$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin yang didasarkan atas tingkat *error* atau kesalahan sebesar 5% didapatkan sampel sebanyak 111 orang responden konsumen yang dapat mewakili populasi.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono, (2016:142) cara survei ialah cara pengumpulan data dimana peneliti dalam proses pengumpul data akan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan atau pernyataan ini dibuat dalam bentuk tertulis, yaitu menggunakan kuesioner. Daftar pertanyaan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu daftar pertanyaan yang berisikan pertanyaan yang dilengkapi dengan jawaban yang harus dipilih oleh responden tanpa ada kebebasan bagi responden untuk memberikan alternatif jawaban lain.

Indikator-indikator di atas diukur menggunakan skala *likert*. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden merespons pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Sugiyono, (2016:93) penulisan analisis kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Penilaian Instrumen Penelitian

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-ragu (RG)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Sugiyono, (2016)

3.5. Metode Analisis Data

Data yang berhasil dikumpul pada penelitian ini akan diproses dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25 untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Beberapa pengujian yang dilakukan untuk mengetahui penelitian ini diantaranya uji analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Sugiyono, (2016:147) analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Berdasarkan kriteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori nilai ideal agar data lebih menyebar dan kriteria tidak terlalu tingginya. Deskripsi

data yang disajikan meliputi Mean (M), Median (Me), Modus (Mo) dan Standar Deviasi (SD). Cara pengkategorian data adalah sebagai berikut:

- a. Tinggi : $X \geq (M + SD)$
- b. Sedang : $(X - SD) \leq X < (M + SD)$
- c. Rendah : $X < (M - SD)$

Mean (M) dan Standar Deviasi (SD) diperoleh berdasarkan norma sebagai berikut:

$$M = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}).$$

$$SD = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

3.5.2. Uji Kualitas Data

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Suatu instrumen yang valid dan reliabel pada waktu tertentu belum tentu valid dan reliabel pada waktu yang lain. Itulah sebabnya, peneliti perlu menyusun sendiri instrumen penelitiannya.

Agar data yang diperoleh dengan kuesioner dapat valid dan reliable maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan sehingga dapat diketahui layak tidaknya untuk pengumpulan data.

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut Ghazali, dalam Weenas, (2013: 612) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid

jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur.

Untuk mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho: Skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Ha: Skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Menurut Sanusi, (2012:76-77) suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas instrumen penelitian dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Validitas konstruk (*construct validity*)

Validitas konstruk adalah validitas yang mengacu pada konsistensi dari semua komponen kerangka konsep.

2. Validitas isi (*content validity*)

Validitas isi suatu alat ukur ditentukan oleh sejauh mana alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

3. Validitas eksternal (*external validity*)

Validitas eksternal adalah validitas yang diperoleh dengan mengorelasikan alat pengukur baru dengan alat pengukur yang sudah valid.

4. Validitas rupa (*face validity*)

Validitas rupa adalah menunjukkan dari segi rupanya bahwa alat pengukur tampaknya dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Rianse dan Abdi, (2012: 167) pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dapat dilakukan dengan digunakan rumus korelasi *Product Moment* dari Pearson. Rumus korelasi tersebut adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3.2 Korelasi *Product Moment*
Sumber: Anwar Sanusi (2012:122)

Keterangan: r = Koefisien korelasi Pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrumen

Selanjutnya dilakukan uji-t untuk masing-masing item, dengan persamaan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.3 T Hitung
Sumber: Anwar Sanusi (2012:122)

Keterangan:

T_{hitung} = Nilai T_{hitung}

r = Koefisien korelasi untuk masing-masing item/butir instrumen

n = Jumlah responden

Kaidah keputusan:

- 1) Jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ berarti tidak valid.
- 2) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas Data

Menurut (Ghozali, 2013:47) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dalam variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sedangkan Arikunto, (2014:221) reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila mana dicobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis

terhadap responden. Secara prinsip reliabilitas mencerminkan konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel latennya. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistic cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

Dalam uji reliabilitas ini penulis menggunakan rumus *cronbach's alpha* yaitu metode untuk mencari reliabilitas internal (*internal consistency*), dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{S_i}{S_t} \right]$$

Rumus 3.4 Cronbach's alpha
Sumber: Ghozali, (2013: 48)

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

S_i = Varians skor tiap item pertanyaan.

S_t = Varians total.

k = Jumlah item pertanyaan.

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	$< 0,20$	Sangat Rendah
2	$0,20 - 0,399$	Rendah
3	$0,40 - 0,599$	Cukup
4	$0,60 - 0,799$	Tinggi
5	$0,80 - 1,00$	Sangat Tinggi

Sumber: Wibowo (2012: 52)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil regresi linear yang baik maka digunakan uji asumsi klasik. Pada bagian ini akan dibahas berbagai pengujian persyaratan analisis seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel bebas maupun terikat mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal (Ghozali, 2013:160).

1. Analisis grafik

Ghozali, (2013:163) pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis statistik

Ghozali, (2013:163) uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal padahal secara statistik bisa sebaliknya.

Oleh sebab itu untuk menghindari kesalahan yang mungkin terjadi, maka uji normalitas dalam penelitian ini juga akan dilakukan dengan analisis statistik.

Ghozali, (2013:32) berpendapat bahwa untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dilakukan dengan uji *kolmogorov-smirnov*. Caranya adalah menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian yaitu:

H_0 : Data residual terdistribusi normal, apabila $\text{sig 2-tailed} > \alpha = 0.05$

H_a : Data residual tidak terdistribusi normal, apabila $\text{sig 2-tailed} < \alpha = 0.05$

3.5.3.2. Uji Multikolonieritas

Ghozali, (2013:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi, karena $VIF = 1/\text{Tolerance}$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali, (2013:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Wibowo, (2012:93) pengujian heteroskedastisitas ini dapat menggunakan uji *park glejser* yaitu dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat ($\ln e^2$) dengan variabel independen (X_1 dan X_2). Uji ini dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai *absolut* residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak ada gejala heteroskedastisitas

Ha: Ada gejala heteroskedastisitas

Ho: Diterima bila Signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan Ho ditolak bila Signifikansi $< 0,05$ yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Hipotesis

Sanusi, (2012: 9) uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear berganda yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (*kriterium*), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda karena data dalam penelitian ini menguji pengaruh 3 variabel independen terhadap 1 variabel dependen. Penulis bermaksud untuk menguji pengaruh dari variabel independen persepsi citra merek, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang.

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Sugiyono, (2012: 277) regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan statistik untuk data yang memerlukan pengukuran. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji pengaruh 2 (dua) atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dinyatakan dengan rumus sebagai berikut.

Analisis regresi berganda merupakan regresi linier dengan menggunakan sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3) persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Rumus 3.5 Analisis Regresi

Sumber: Sugiyono, (2012: 277)

Keterangan:

Y : variabel Minat Beli Konsumen

β_1 : koefisien regresi variabel Harga

β_2 : koefisien regresi variabel Promosi

β_3 : koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan

X_1 : variabel Harga

X_2 : variabel Promosi

X_3 : variabel Kualitas Pelayanan

α : Nilai Konstanta

e : variabel pengganggu/eror

3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2013: 97) uji koefisien determinasi (*adjusted R²*) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) adalah di antara nol dan satu. Persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi

(R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.

Dalam tabel ANOVA, nilai koefisien determinasi (R^2) dihitung dengan rumus berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Rumus 3.6 Uji R^2

Sumber : Anwar Sanusi (2011:136)

Dalam praktiknya, nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk analisis adalah nilai R^2 yang telah disesuaikan ($R^2_{adjusted}$) yang dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$R^2_{adjusted} = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

Rumus 3.7 R^2 Adjusted

Sumber : Anwar Sanusi (2011:136)

Keterangan:

TSS = Keragaman total

SSE = Keragaman kesalahan

SSR = Keragaman regresi (SS Total – SSE)

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah pengamatan (sampel)

3.5.4.3. Uji Tanda (*Sign Test*)

Menurut (Sanusi, 2012:146) uji t dapat digunakan untuk mengevaluasi efek dari suatu kegiatan yang menggunakan perlakuan tertentu. Melalui perlakuan tersebut

juga ada kalanya tidak dapat diukur, tetapi hanya diberikan tanda positif atau negatif pada hasil yang diperoleh terhadap suatu perlakuan.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol atau hipotesis alternatif (H_1) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol (Sanusi, 2012:147). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara individual (*parsial*) terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i \leq 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1 : \beta_i > 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig.}t \geq \alpha (0,05)$
- b. H_a ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig.}t < \alpha (0,05)$

Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X_i) terhadap variabel terikat (Y). Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

2. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Rumus 3.8 Uji T

Sumber : Ghozali, (2013: 98)

3. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada taraf nyata
4. Tertentu, misalnya 1%; df; $(\alpha/2; n - (k+1))$.
5. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut.
- Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima
 - Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak
 - Jika nilai $Pr \geq \alpha = 1\%$; maka H_0 diterima
 - Jika nilai $Pr < \alpha = 1\%$; maka H_0 diterima

3.5.4.4. Uji F (Secara simultan)

Ghozali, (2013: 98) uji F adalah uji yang dilakukan untuk menguji model secara keseluruhan, melihat keterkaitan variabel bebas secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau hipotesis alternatifnya (H_i) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol.

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya secara serempak tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ha: Minimal satu $\beta_i \neq 0$, artinya secara serempak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- b. H_a ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Untuk menguji kebenaran hipotesis alternatif dilakukan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Rumus 3.9 Uji F

Sumber : Ghazali, (2013: 98)

Keterangan :

F = Nilai F hitung

R² = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel

n = Jumlah pengamatan (ukuran sampel).

Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

Ha : Citra merek, kepercayaan, dan kualitas pelayanan PT Anugerah Avava Cemerlang berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

H_0 : Citra merek, kepercayaan, dan kualitas pelayanan PT Anugerah Avava Cemerlang tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$; maka H_0 diterima.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$; maka H_0 diterima ditolak.
- c. Jika nilai $Pr \geq \alpha = 1\%$; maka H_0 diterima.
- d. Jika nilai $Pr < \alpha = 1\%$; maka H_0 ditolak.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli tiket pesawat di PT Anugerah Avava Cemerlang secara tunai. Selanjutnya penulis jelaskan secara singkat di bawah ini.

3.6.1.1. Profil Perusahaan

Berikut adalah profil atau data singkat perusahaan yang menjadi objek penelitian:

Nama Perusahaan : PT ANUGERAH AVAVA CEMERLANG BATAM

Alamat : Kompek. Jodoh Marina, Avava Mall Lantai Dasar No 11A,
Batam.

Telepon/*Fax* : 0778 – 450 008

Email : avavatours@mai.com

Website : www.avavatours.com

Bidang : *Tour and Travel*

3.6.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Anugerah Avava Cemerlang adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *tour and travel*. Perusahaan ini juga beroperasi di banyak layanan berbeda yang mencakup akomodasi, tiket, aktivitas terkait perjalanan tour dan travel, baik di dalam negeri maupun internasional.

Selain itu, perusahaan ini juga diperluas untuk membantu klien kami dengan mengatur paket wisata khusus untuk perusahaan mereka atau keperluan pribadi yang mencakup mengoordinasikan masalah perjalanan seperti penerbangan, bantuan pengurusan visa, kegiatan rekreasi, wisata darat, layanan penanganan darat dan lainnya.

PT Anugerah Avava Cemerlang didirikan oleh Bapak Marlon Arianto pada 31 Mei 2016. Perusahaan ini memulai bisnisnya sebagai agen travel dimulai dari penjualan tiket penerbangan berbagai maskapai lokal seperti *Lion Air*, *Batik Air*, *Garuda Indonesia*, *Citilink*, *Sriwijaya*, dan penerbangan internasional seperti *Scoot*, *Air Asia*, *Wings Air*, dan lainnya. penjualan tiket kapal Peln, pengurusan visa, *hotel voucher*, *attractions ticket* Singapura dan Malaysia. Tidak hanya itu, perusahaan juga bekerjasama dengan Kantor Pos Indonesia dalam hal layanan transaksi pembayaran seperti pembayaran listrik (PLN), air (ATB), perkereditan (Adira, BAF, dsb).

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini disesuaikan dengan jadwal dengan mengumpulkan data, dari bulan September 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	September 2019				Oktober 2019				November 2019				Desember 2019				Januari 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Kepustakaan																				
Penentuan Topik																				
Pengajuan Judul																				
Penyusunan Proposal Penelitian (BAB I-III)																				
Pembuatan Kuesioner																				
Pengolahan Data																				
Penyelesaian Skripsi																				