



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Kriyantono (2020, p. 19) menyebutkan bahwa paradigma adalah pandangan yang digunakan peneliti ketika me

njelaskan peristiwa atau tindakan orang lain. Pandangan ini dapat dimaksud sebagai sebuah asumsi, keyakinan, ide, konsep, serta juga praktik yang diterapkan dalam memandang realitas. Sehingga paradigma sering disebut sebagai metode yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Peneliti memilih untuk menggunakan paradigma positivistik. Sebuah paradigma merupakan pengetahuan sosial yang disandingkan setara bak *natural sciences* seumpama metode yang tertata, mengintegrasikan logika deduktif bersama observasi empiris dengan fungsi secara probabilistik dapat menghasilkan pembuktian mengenai prinsip sebab dan akibat yang bisa menentukan dugaan petunjuk umum indikasi sosial tertentu. Pada penelitian dengan penggunaan metode kuantitatif, dilandasi pada suatu perkiraan bahwasannya suatu pertanda atau indikasi dapat dikategorikan, dan suatu kaitan indikasi bersifat *casual*, terdapat sebab dan juga akibatnya, maka penelitian yang dilakukan penulis hanya memfokuskan kepada beberapa variabel saja (Sugiyono, 2020, p. 63).

Pemilihan paradigma positivis yang dipilih oleh penulis beralasan bahwa paradigma ini lebih cenderung bersifat objektif dan dapat dipakai sebagai pengukur mengenai fakta-fakta yang nantinya akan ditemukan melalui kajian ini. Fokus dalam penelitian positivistik adalah sebab dan akibat sehingga pada penelitian ini, pengkaji berusaha untuk mengetahui pengaruh citra merek Lion Air sebagai sebab terhadap loyalitas pelanggan sebagai akibat

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dan sifat digunakan oleh peneliti adalah penelitian bersifat eksplanatif. Studi eksplanatif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menguji suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dihipotesiskan (Kriyantono, 2020). Penelitian eksplanatif juga menjelaskan mengapa sesuatu terjadi, mencakup analisa dari variabel-variabel yang dihipotesiskan, dan analisa dapat berdasarkan hipotesa awal.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif menggunakan *survey-methods*. pengkajian suatu teori terhadap teori lainnya dengan upaya menjabarkan hipotesis yang spesifik, lalu pengumpulan data-data yang telah didapatkan untuk menunjang atau penelitian kuantitatif dengan upaya menguji suatu teori dengan cara memaparkan hipotesis-hipotesis yang jelas, lalu mengumpulkan data informasi untuk menunjang atau menentang hipotesis-hipotesis tercantum, yang kemudian data akan dipergunakan melalui rujukan instrumen yang dibuat untuk menilai atau mengidentifikasi pendapat serta perilaku dari informan atau responden (Creswell, 2014). Ciri-ciri penjabaran di atas merupakan ciri dari penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei.

Menurut Kriyantono (2020) *survey-methods* merupakan metode riset menggunakan kuesioner sebagai sarana pengumpulan data dengan tujuan untuk mendapati informasi berupa data atau pandangan mengenai sekelompok responden yang ditetapkan sebagai *sample* atau perwakilan dari populasi tertentu.

3.4 Populasi dan Sampel

Kelompok-kelompok yang dapat diidentifikasi dengan tujuan untuk diukur pada sebuah penelitian kriteria dan karakteristik akan ditetapkan oleh peneliti untuk

dijadikan acuan batasan pada penelitian merupakan sebuah populasi penelitian (Creswell, 2014). Yang menjadi target populasi pada penelitian ini ialah konsumen Lion Air yang menjadi *followers* akun Instagram Lion Air, yaitu @lionairgroup dengan total *followers* 315.000 per tanggal 17 Juni 2022. Dalam penelitian ini, kriteria sampel adalah *Followers* Instagram @lionairgroup yang berusia mulai dari 20 tahun, Menurut teori “*Stages of Psychosocial Development*” oleh Erikson, umur 20 tahun dianggap bahwa kategori umur tersebut sudah menginjak usia “kepala dua” dan secara pribadi mereka telah berkembang menjadi *young adult* dan kriteria lainnya yaitu pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air. kriteria ini dituliskan pada laman awal Kuesioner.

Sampel merupakan sebagian kelompok kecil dari populasi ditetapkan dari peneliti berkaitan atas persoalan pengkajian yang bermaksud untuk menggeneralisasi terhadap populasi. Pemilihan jumlah sampel yang telah ditetapkan oleh peneliti yaitu berjumlah 200 orang.

Paragraf setelah sub-bab tidak memerlukan indent. Pada bagian ini mahasiswa menjelaskan tentang dasar pemilihan Informan sesuai dengan konsep yang digunakan serta alur penelitian. Untuk Informan studi kasus dalam penelitian bertemakan strategi maka Informan berperan sebagai pihak yang menjalankan strategi tersebut.

3.5 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah salah satu cara yang dilakukan pada penelitian untuk mengambil sampel dari representatif populasi. Penggunaan teknik ini dijalankan agar menghindari bias dalam pemilihan *sample*. Peneliti memilih untuk memakai teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Pilihan atas teknik ini dilandaskan atas hukum *probability* sehingga tidak menurunkan peluang atau kesempatan sama terhadap setiap per-orangan populasi agar dipilih supaya dijadikan sampel. Selain itu *purposive*

sampling merupakan salah satu teknik yang dikerjakan untuk menarik sampel dengan penentuan karakteristik atau kriteria spesifik yang telah ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pada tujuan dan pertimbangan tertentu. Sampel dengan menentukan karakteristik atau kriteria spesifik yang sudah ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pada maksud dan pertimbangan tertentu

3.6 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasionalisasi variabel merupakan pengertian serta pembahasan rinci mengenai variabel yang diteliti secara operasional dan secara konkret pada cakupan dalam penelitian atau objek yang diteliti, variabel yang ditetapkan berasal dari *variable dependent* atau variabel terikat dan *variable independent* atau variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi yang biasanya ditandai dengan variabel (X), dalam penelitian ini, *variable independent*-nya yaitu citra merek, sedangkan *variable dependent* adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya *variable independent*, dalam penelitian ini variabel *dependent*-nya (Y) merupakan loyalitas pelanggan.

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	skala
Citra Merek (X) (Anggraeni & Prabowo, 2013)	1. <i>Strength</i>	a. Fisik Produk	(X1) Lion Air memiliki karyawan yang profesional	Likert
			(X2) Lion Air memiliki kabin pesawat yang bersih	
		(X3) Lion Air memiliki kabin pesawat yang nyaman		
		b. Fungsi Fasilitas Produk	(X4) Lion Air memiliki jaminan kualitas penerbangan yang baik	

N U S A N I A R A

			(X5) Lion Air selalu berinovasi memberikan fasilitas yang terbaik	
		c. Harga produk yang ditawarkan	(X6) Harga yang ditawarkan oleh Lion Air sepadan dengan pelayanan yang didapatkan (X7) Harga yang ditawarkan oleh Lion Air sepadan dengan fasilitas yang saya dapatkan	
	2. <i>Uniqueness</i>	a. Variasi Layanan	(X8) Lion Air memiliki kelengkapan variasi layanan untuk memudahkan penerbangan (X9) Website Lion Air memudahkan konsumen untuk melakukan self check-in hingga ke perubahan jadwal	Likert
		b. Variasi dari produk yang bersangkutan	(X10) Pesawat yang digunakan Lion Air merupakan model terbaru (X11) Pesawat yang digunakan Lion Air menggunakan teknologi yang canggih	
		c. diferensiasi dari penampilan fisik sebuah produk	(X12) Lion Air memiliki desain yang lebih baik dibanding maskapai lain	
			(X13) Lion Air memiliki beragam tipe pesawat sesuai dengan penerbangan ke destinasi tujuan	

	3. <i>Favorable</i>	a. kemampuan merek untuk diingat oleh pelanggan b. kesesuaian antara kesan merek di benak pelanggan dengan citra yang diinginkan atas merek yang bersangkutan	(X14) Saya menjadikan Lion Air sebagai pilihan pertama saya dalam menggunakan jasa penerbangan (X15) Saya menjadikan Lion Air sebagai brand alternatif dalam menggunakan jasa penerbangan (X16) Menggunakan Lion Air memberikan kesan pengalaman penerbangan udara yang baik (X17) Lion Air menawarkan jadwal keberangkatan yang baik dan beragam	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	1. <i>Positive Word of Mouth</i>	1. Rekomendasi ke orang terdekat	(Y1) Saya bersedia merekomendasikan Lion Air kepada orang terdekat (Y2) Saya bersedia merekomendasikan fasilitas atau layanan lain yang dibuat oleh Lion Air	Likert



	2. Membicarakan sesuatu yang positif ke keluarga	(Y3) Saya membicarakan pengalaman terbang yang nyaman tentang Lion Air kepada keluarga
		(Y4) Saya membicarakan hal positif yang saya rasakan saat menggunakan Lion Air kepada orang terdekat
	3. Menjadikan brand sebagai rekomendasi	(Y5) Saya menjadikan Lion Air sebagai rekomendasi pilihan pertama saya dalam menggunakan jasa penerbangan
		(Y6) Saya menjadikan Lion Air sebagai brand alternatif pertama dalam menggunakan jasa penerbangan
	4. Menjadikan brand sebagai alternatif	(Y7) Saya menjadikan Lion Air sebagai brand alternatif pertama yang akan saya rekomendasikan kepada orang terdekat
		(Y8) Lion Air memudahkan saya untuk melakukan perjalanan udara

	2. <i>Satisfaction of Customer</i>	<p>1. Manfaat sesuai harapan</p> <p>2. Memberikan pelayanan sesuai biaya yang dikeluarkan</p> <p>3. Menjadikan brand sebagai pilihan utama</p>	<p>(Y9) menurut saya Lion Air memberi manfaat sesuai dengan harapan saya</p> <p>(Y10) Lion Air memberikan pelayanan yang baik dengan harga yang saya keluarkan</p> <p>(Y11) Lion Air memudahkan saya untuk melakukan perjalanan udara ke destinasi yang tidak ada di maskapai lainnya.</p> <p>(Y12) saya menjadikan Lion Air sebagai brand utama dalam menggunakan perjalanan udara</p> <p>(Y13) Saya akan tetap memilih menggunakan Lion Air walaupun terdapat pilihan maskapai lain</p>	
--	------------------------------------	--	---	--

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Sumber: Data Olahan Penelitian

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mendapatkan data, informasi, petunjuk, dan bahkan bahan-bahan pendukung lainnya yang dapat dijadikan sebagai rujukan dengan menggunakan beberapa sumber data baik primer maupun sekunder, yaitu:

A. Kuesioner

Kuesioner peneliti jadikan sebagai data primer terhadap penelitian dengan mencantumkan skala likert guna menghitung ukuran jawaban dari responden. Teknik survei yang dilakukan dengan mengumpulkan data

melalui instrumen kuesioner diliputi beberapa pertanyaan yang terorganisir sesuai dari objek penelitian. Cara ini dilakukan dengan menyebarkan dan memberikan pertanyaan didalam kuesioner untuk mendapatkan informasi dan jawaban yang spesifik hingga melibatkan pengelolaan data.

Kemudian, hasil dari jawaban responden diberikan bobot penilaian dan diolah menggunakan alat pengukuran statistik dengan tujuan mendapatkan pendekatan kuantitatif terhadap pertanyaan penelitian. Adapun kelemahan dari melakukan teknik ini ialah responden kemungkinan tidak mampu atau tidak berkenan memberi jawaban sebagai informasi seperti yang diekspektasi, selain itu perancangan pertanyaan supaya sistematis dan mudah dimengerti ialah hal yang tidaklah gampang. Namun, selain itu kelebihan dari penggunaan teknik ini ialah data mudah untuk dilaksanakan, data yang didapatkan juga dapat dicatat, serta penetapan kode dan penguraian interpretasi data tergolong sederhana.

B. Kepustakaan

Selain data primer, terdapat data sekunder digunakan oleh peneliti untuk menunjang pengkajian ini yaitu acuan referensi studi pustaka. Peneliti melakukan pencarian literatur yang memiliki bidang atau topik yang sama dengan judul penelitian ini contohnya jurnal, buku, artikel, penelitian terdahulu, karya akademis, dan juga hasil survei yang dilakukan oleh berbagai lembaga survei yang juga berkaitan dengan data dan teori yang membicarakan tentang citra merek dan juga loyalitas pelanggan. Dengan acuan referensi studi kepustakaan ini, peneliti berharap dapat memperoleh data dan informasi lebih spesifik dan mendalam terkait dengan tema penelitian ini.

3.8 Teknik Pengukuran Data

Pada penelitian ini peneliti mengukur data-data menggunakan skala Likert dengan tujuan untuk melakukan pengukuran pandangan, sikap, pendapat dari individu atau suatu *group* mengenai fenomena yang terjadi di lingkungan sosial. Skala likert

digunakan agar variabel penelitian dapat diukur dan ditransformasikan ke dalam indikator yang dijadikan 5 poin, sebagai berikut:

Nomor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Tabel 3.2 Skala Likert

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

3.8.1 Uji Validitas

Digunakan untuk menghitung akurasi *instrument* yang dipakai pada sebuah penelitian yaitu kuesioner. Uji Validitas dilaksanakan pada 30 pernyataan yang didistribusikan kepada 200 responden dan dihitung dengan menggunakan aplikasi program SPSS 24.0. Selanjutnya dasar pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

3.8.8.1 Uji Validitas Citra Merek (X)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	Lion Air memiliki karyawan yang profesional	0.760	0.1166	Valid
2	Lion Air memiliki kabin pesawat yang bersih	0.707	0.1166	Valid
3	Lion Air memiliki kabin pesawat yang nyaman	0.758	0.1166	Valid
4	Lion Air memiliki jaminan kualitas penerbangan yang baik	0.784	0.1166	Valid
5	Lion Air selalu berinovasi memberikan fasilitas yang terbaik	0.806	0.1166	Valid
6	Harga yang ditawarkan oleh Lion Air sepadan dengan pelayanan yang didapatkan	0.730	0.1166	Valid
7	Harga yang ditawarkan oleh Lion Air sepadan dengan fasilitas yang saya dapatkan	0.740	0.1166	Valid
8	Lion Air memiliki kelengkapan variasi layanan untuk memudahkan penerbangan	0.798	0.1166	Valid
9	Website Lion Air memudahkan konsumen untuk melakukan self check in hingga ke perubahan jadwal	0.753		Valid
10	Pesawat yang digunakan Lion Air merupakan model terbaru	0.770	0.1166	Valid
11	Pesawat yang digunakan Lion Air menggunakan teknologi yang canggih	0.763	0.1166	Valid
12	Lion Air memiliki desain yang lebih baik dibandingkan maskapai lain	0.794	0.1166	Valid
13	Lion Air memiliki beragam tipe pesawat sesuai dengan penerbangan ke destinasi tujuan	0.706	0.1166	Valid
14	Saya menjadikan Lion Air sebagai pilihan pertama saya dalam menggunakan jasa penerbangan	0.717	0.1166	Valid
15	Saya menjadikan Lion Air sebagai brand alternatif dalam menggunakan jasa penerbangan	0.661	0.1166	Valid
16	Menggunakan Lion Air memberikan kesan pengalaman penerbangan udara yang baik	0.851	0.1166	Valid
17	Lion Air menawarkan jadwal perjalanan yang beragam	0.659	0.1166	Valid

Tabel 3.3 Validitas Citra Merek

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari hasil pengujian validitas diatas, menunjukkan bahwa keutuhan interpretasi terhadap *variable* citra merek (X) menghasilkan nilai rhitung > rtabel, sehingga dari itu dapat dicetuskan bahwa semua buah pernyataan pada variabel citra merek telah valid dan bisa dipergunakan untuk tahapan selanjutnya.

3.8.1.2 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

Program SPSS 24.0 digunakan untuk membantu perhitungan validitas pada variabel loyalitas pelanggan(Y). Berikut uraian hasil perhitungan validitas pada loyalitas pelanggan (Y).

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1.	Saya bersedia merekomendasikan Lion Air kepada orang terdekat	0.885	0.1166	Valid
2.	Saya bersedia merekomendasikan fasilitas atau layanan lain yang dibuat oleh Lion Air	0.880	0.1166	Valid
3.	Saya membicarakan pengalaman terbang yang nyaman tentang Lion Air kepada orang terdekat	0.828	0.1166	Valid
4.	Saya membicarakan hal positif yang saya rasakan saat menggunakan Lion Air kepada orang terdekat	0.840	0.1166	Valid
5.	Saya menjadikan Lion Air sebagai rekomendasi pilihan pertama saya dalam menggunakan jasa penerbangan	0.877	0.1166	Valid
6.	Saya menjadikan Lion Air sebagai brand alternatif pertama dalam menggunakan jasa penerbangan	0.824	0.1166	Valid
7.	Saya menjadikan Lion Air sebagai brand alternatif pertama yang akan saya rekomendasikan kepada orang terdekat	0.888	0.1166	Valid
8.	Lion Air memudahkan saya untuk melakukan perjalanan udara	0.738	0.1166	Valid
9.	Menurut saya Lion Air memberi manfaat sesuai dengan harapan saya	0.868	0.1166	Valid

10	Lion Air memberikan pelayanan yang baik dengan harga yang saya keluarkan	0.798	0.1166	Valid
11	Lion Air memudahkan saya untuk melakukan perjalanan udara ke destinasi yang tidak ada di maskapai lainnya	0.735	0.1166	Valid
12	Saya menjadikan Lion Air sebagai brand utama dalam menggunakan perjalanan udara	0.894	0.1166	Valid
13	Saya akan tetap memilih menggunakan Lion Air walaupun terdapat pilihan maskapai lain	0.852	0.1166	Valid

Tabel 3.4 Validitas Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari hasil pengujian validitas diatas, ditemukan bahwa keutuhan interpretasi pernyataan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai rhitung > rtabel yang menampilkan r hitung lebih besar hasilnya dibandingkan r tabel sehingga bisa dipastikan bahwa semua butir interpretasi pernyataan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) telah valid dan bisa dilanjutkan untuk tahapan berikutnya.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas peneliti harus menelusuri laporan terkait konsistensi internal. Apakah respons dari setiap item telah dinyatakan konsisten dengan konstruk-konstruk yang sudah dibuat, dan korelasi *test-retest* mengenai apakah skor yang dihasilkan selalu stabil walaupun instrumennya digunakan pada waktu lain? Dalam penggunaan instrumen tersebut sebelumnya, dan uji reliabilitas juga memastikan apakah ada konsistensi dalam aturan *testing* dan *scoring*-nya.

3.8.2.1 Uji Reabilitas Variabel Citra Merek

Program SPSS 24.0 digunakan untuk membantu perhitungan reliabilitas pada variabel citra merek(X) dan berikut uraian dari hasil perhitungan reliabilitas pada variabel citra merek(X).

<i>Cronbach's Alpha</i>	Syarat Reliabilitas	Keputusan
-------------------------	---------------------	-----------

0.951	> 0.600	Reliabel
--------------	-------------------	-----------------

Tabel 3.5 Output Reliabilitas Variabel Citra Merek (X)

Sumber: Data olahan penelitian,2022

Dari hasil pengujian reliabilitas diatas, ditemukan bahwa nilai Rhitung 0.951 > 0.600 yang berarti data pada variabel citra merek (X) telah memenuhi kriteria atau syarat wajib reliabilitas dan bisa digunakan pada tahap selanjutnya yang berarti seluruh item atau butir pernyataan dari variabel citra merek (X) pada kuesioner dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Program SPSS 24.0 digunakan untuk membantu perhitungan reliabilitas pada variabel loyalitas pelanggan (Y) dan berikut uraian dari hasil perhitungan reliabilitas pada variabel loyalitas pelanggan (Y).

Cronbach's Alpha	Syarat Reliabilitas	Keputusan
0.965	> 0.600	Reliabel

Tabel 3.6 Output Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Data olahan penelitian, 2022

Dari hasil pengujian reliabilitas diatas, ditemukan bahwa nilai Rhitung 0.965 > 0.600 yang berarti data pada variabel loyalitas pelanggan (Y) telah memenuhi kriteria atau syarat wajib reliabilitas dan bisa dipergunakan pada tahap selanjutnya yang berarti seluruh item atau butir pernyataan dari variabel loyalitas pelanggan (Y) juga dinyatakan reliabel dan pada kuesioner dapat dipercaya.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan aturan atau *statistic methods* berguna untuk memverifikasi atau mengukur sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel