

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 3.1 Logo Lion Air
Sumber: lionair.co.id (2024)

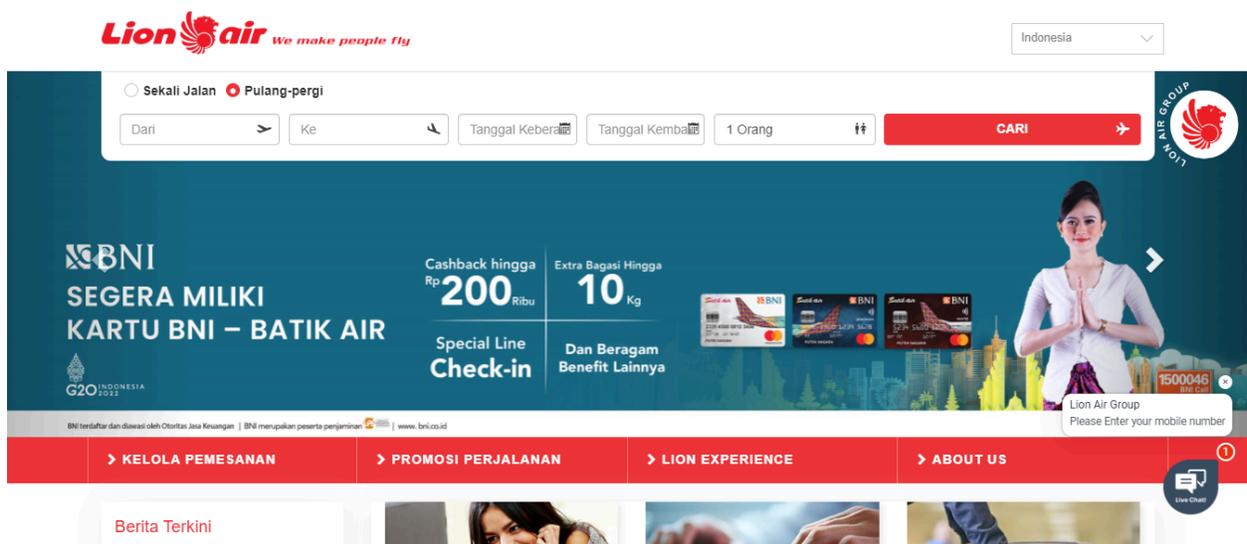
Pada tahun 1980-an, industri penerbangan di Indonesia mulai mengalami pertumbuhan yang signifikan dikarenakan pemerintah Indonesia mulai membangun bandara - bandara baru di berbagai kota. Lion Air, yang dulunya dikenal sebagai PT Lion Mentari Airlines merupakan salah satu maskapai yang muncul di tengah maraknya perkembangan ini. PT Lion Mentari Airlines pertama kali didirikan pada tahun 1999 oleh dua saudara, Rusdi Kirana dan Kusnan Kirana. Operasi penerbangan pertama PT Lion Mentari Airlines baru dimulai pada tahun 2000 dengan basis di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, Jakarta.

Pada saat pertama kali beroperasi, PT Lion Mentari Airlines hanya menyediakan rute penerbangan domestik saja dan hanya menawarkan satu kelas penumpang, yaitu kelas ekonomi. Pada tahun 2004, PT Lion Mentari Airlines mengganti namanya menjadi Lion Air dan mulai mengoperasikan rute penerbangan internasional ke negara-negara tetangga, seperti Singapura dan Malaysia sebagai bagian dari strategi ekspansi untuk memperluas cakupan jaringannya dan meningkatkan pangsa pasar di Asia Tenggara. Hal ini membuatnya menambahkan lebih banyak rute dan tujuan ke berbagai negara di kawasan Asia dan Australia.

Pada tahun 2005, Lion Air mulai menyediakan sistem layanan pemesanan online sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan dalam memesan tiket penerbangan. Melalui sistem pemesanan online, pelanggan dapat dengan mudah melakukan pencarian jadwal penerbangan, memilih kursi, dan membeli tiket tanpa perlu

mengunjungi agen perjalanan atau konter penjualan tiket di bandara. Sistem pemesanan online ini juga memungkinkan pelanggan untuk melakukan check-in secara online sebelum keberangkatan, menghemat waktu dan mengurangi antrian di bandara.

Dengan menawarkan tiket yang terjangkau dan jaringan rute yang luas di seluruh negeri, Lion Air berhasil menarik banyak penumpang. Keberhasilan mereka di pasar domestik mendorong Lion Air untuk memperluas operasinya ke pasar internasional, dengan mendirikan maskapai afiliasi di negara-negara tetangga seperti Malaysia (Malindo Air) dan Thailand (Thai Lion Air) pada tahun 2013.



Gambar 3.2 Website Lion Air
Sumber: lionair.co.id (2024)

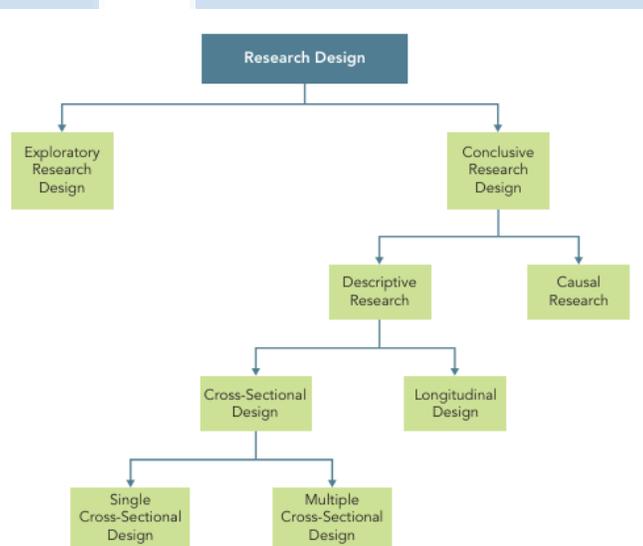
Lion Air sebagai salah satu maskapai penerbangan terkemuka di Indonesia, menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan penumpangnya. Beroperasi di dalam dan luar negeri, Lion Air menawarkan penerbangan dengan berbagai pilihan kelas penumpang, termasuk kelas ekonomi dan bisnis, sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing penumpang. Mereka juga menawarkan berbagai jenis tiket, mulai dari tiket reguler hingga tiket dengan fasilitas tambahan seperti bagasi ekstra, pemilihan kursi, dan makanan.

Lion Air memiliki program frequent flyer yang memungkinkan penumpang untuk mengumpulkan poin atau mil terbang yang dapat ditukarkan dengan berbagai manfaat, seperti upgrade kelas, tiket gratis, dan lain-lain. Lion Air juga secara teratur menawarkan penawaran

spesial dan promosi kepada pelanggannya, termasuk diskon tiket, paket liburan, dan bonus poin dalam program frequent flyer.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian, seperti yang dijelaskan oleh Malhotra (2019), merujuk pada kerangka kerja yang digunakan dalam penelitian pasar yang memandu langkah-langkah yang diperlukan untuk mengumpulkan data yang relevan dan mengatasi masalah yang sedang diteliti. Desain penelitian dapat terbagi menjadi dua jenis, yaitu desain penelitian eksploratif (*exploratory*) dan desain penelitian konklusif (*conclusive*) (Malhotra, 2019).



Gambar 3.3 Desain Penelitian

Sumber: Malhotra (2019)

3.3 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra (2019), desain penelitian yang digunakan dalam penelitian terbagi menjadi 2, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*, yaitu:

1. *Exploratory Research Design*

Penelitian eksploratif adalah desain penelitian yang bertujuan memperoleh wawasan yang lebih dalam dan memperluas pemahaman terhadap situasi dan masalah yang dihadapi oleh peneliti. Penelitian eksploratif umumnya mengandalkan data primer yang bersifat kualitatif, yang

kemudian dianalisis sesuai dengan kebutuhan. Penelitian kualitatif yang bersifat eksploratif cenderung tidak terstruktur, dan sering menggunakan metode seperti focus group discussion (FGD), words association (tanggapan responden terhadap stimulus), in-depth interview (wawancara yang mendalam), survei, dan studi kasus untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.

2. Conclusive Research Design

Penelitian ini menggunakan penelitian metode kuantitatif, metode kuantitatif yaitu metode yang menggunakan pengukuran objektif dan analisis matematis (statistik) terhadap sampel data yang diperoleh melalui kuesioner, jajak pendapat, tes atau instrumen penelitian lainnya untuk membuktikan atau menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. *Conclusive Research Design* dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

a. Descriptive Research

Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi secara terperinci tentang masalah yang sedang diteliti dalam bidang pemasaran, biasanya fokus pada menggambarkan karakteristik atau fungsi dari suatu pasar. Jenis penelitian deskriptif biasanya dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Cross-Sectional Design

Desain cross-sectional adalah jenis penelitian yang memperoleh informasi atau data hanya pada satu titik waktu tertentu. Desain ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Single Cross-Sectional Design

Desain Single Cross Sectional adalah tipe penelitian di mana satu kelompok sampel responden diambil dari populasi yang dituju, dan data dari sampel itu dikumpulkan hanya satu kali. Model ini juga dikenal sebagai desain penelitian studi tunggal.

b. Multiple Cross Design

Multiple cross design adalah tipe penelitian di mana data dikumpulkan dari dua atau lebih kelompok sampel responden.

2. Longitudinal Design

Desain longitudinal merupakan tipe studi yang menggunakan sampel populasi yang sama, diukur secara berulang dalam beberapa periode waktu. Tujuan penggunaan sampel yang konsisten adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang kondisi dan perubahan yang terjadi selama rentang waktu tertentu.

Penelitian ini memanfaatkan desain penelitian *conclusive research design* dan metode *descriptive research design*. Dalam jenis *descriptive research design*, digunakan *cross sectional design*, yaitu *single cross sectional design*. Penelitian ini menggunakan *conclusive research design* karena penelitian ini bertujuan adalah untuk menguji hipotesis dan mengeksplorasi hubungan antar variabel untuk mendukung pengambilan keputusan dan pertimbangan terkait masalah maskapai Lion Air. Dalam pengumpulan data digunakan *cross sectional design*, dimana informasi atau data dikumpulkan hanya sekali dalam periode tertentu, dengan sampel yang dipilih menggunakan *single cross sectional design*, mewakili responden yang merupakan target populasi studi, khususnya responden yang pernah menggunakan layanan maskapai Lion Air. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei melalui kuesioner. Sesuai dengan definisi Malhotra (2019), kuesioner merupakan rangkaian pertanyaan terstruktur yang disampaikan kepada sampel dari populasi untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dari responden atau sampel.

3.4 Research Data

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua jenis *research data* yaitu:

1. Primary Data

Primary Data adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan tujuan mengatasi permasalahan penelitian yang ada. Data ini bersifat asli dan belum pernah dikumpulkan sebelumnya, sehingga langsung relevan dengan masalah penelitian yang sedang dihadapi. Metode pengumpulan *primary data* bisa melalui berbagai cara seperti survei, wawancara, eksperimen, observasi, dan lain-lain.

2. Secondary Data

Secondary Data adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain untuk tujuan lain yang tidak terkait langsung dengan penelitian saat ini. *Secondary data*

dapat berasal dari berbagai sumber seperti jurnal, publikasi ilmiah, laporan pemerintah, *database*, dan sumber informasi lainnya yang telah ada sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* diperoleh peneliti dari penyebaran kuesioner yang berisikan rangkaian pertanyaan terkait penelitian ini melalui *google form* kepada responden. Lalu *secondary data* penelitian ini diperoleh melalui artikel, buku, serta berbagai jurnal dari penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian ini.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Target Populasi

Target populasi adalah suatu kelompok yang memiliki ciri-ciri tertentu yang telah diidentifikasi dan dijadikan pertimbangan dalam menarik kesimpulan dari suatu masalah, dan dipilih sebagai subjek penelitian (Malhotra, 2019). Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah masyarakat Indonesia berusia 17 hingga 55 tahun yang mengetahui dan pernah memakai jasa maskapai Lion Air. Dalam menentukan target populasi, terdapat empat aspek yaitu *element*, *sampling unit*, *extent*, dan *time* (Malhotra, 2019).

1. Element

Element merupakan seseorang atau objek yang memiliki sumber informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. *Element* dalam penelitian ini adalah seluruh responden yang ikut berpartisipasi dalam survei peneliti.

2. Sampling Unit

Menurut Malhotra (2019), *sampling unit* adalah populasi yang digunakan kemudian dipilih dan dibentuk menjadi suatu sub kelompok yang mempunyai pengaruh signifikan selama proses penelitian (Malhotra, 2019). Dalam penelitian ini, terdapat beberapa karakteristik yang diperlukan dalam sampel, yaitu:

1. Sampel berdomisili di Jabodetabek.
2. Sampel berumur 17 - 55 tahun.
3. Sampel memiliki pengetahuan mengenai maskapai Lion Air.
4. Sampel pernah menggunakan jasa maskapai Lion Air lebih dari 1 kali.

3. *Extent*

Extent merupakan suatu batas wilayah dari dilaksanakannya pengumpulan data atau survei dalam penelitian (Malhotra, 2019). Batas wilayah dalam penelitian ini adalah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek).

4. *Time*

Time adalah periode waktu yang berlangsung dalam hal pelaksanaan dan pengumpulan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian (Malhotra, 2019). Dalam penelitian ini, periode waktu yang digunakan adalah selama 5 bulan, yaitu terhitung dari bulan Januari 2024 hingga bulan Mei 2024. Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada bulan Mei 2024.

3.5.2 *Sampling Frame*

Menurut Malhotra (2019), *sampling frame* merupakan suatu kerangka sampling yang berasal dari bagian populasi yang membantu dalam mengidentifikasi populasi yang menjadi target dalam sebuah penelitian. Di dalam penelitian tidak terdapat daftar maupun arahan untuk target populasi, sehingga penelitian ini tidak memiliki *sampling frame*.

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Malhotra (2019) mengelompokkan teknik sampling menjadi dua kategori, yaitu teknik *probability sampling* dan teknik *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari sampel penelitian. Sementara itu, teknik *non-probability sampling* tidak memberikan peluang yang sama kepada semua anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel penelitian, tetapi bergantung pada kriteria penelitian yang ditentukan (Malhotra, 2019). Malhotra (2019) mengidentifikasi teknik *non-probability sampling* menjadi empat jenis, yaitu:

1. ***Convenience Sampling*** adalah teknik non-probabilitas di mana peneliti berusaha mendapatkan sampel yang sesuai dengan mudah. Pemilihan unit sampling menjadi tanggung jawab pewawancara dan dilakukan berdasarkan kemudahan, tanpa banyak konfirmasi dari responden. Metode *screening* digunakan untuk menentukan apakah individu memenuhi kriteria, contohnya, apakah seorang wanita telah menggunakan produk perawatan kulit selama minimal 3 bulan.

2. **Judgmental Sampling** adalah bentuk dari *convenience sampling* di mana elemen populasi dipilih secara sengaja berdasarkan penilaian peneliti. Teknik ini melibatkan *screening* yang lebih mendalam dan panjang. Sebagai contoh, peneliti memilih wanita yang telah menggunakan produk skincare Korea, khususnya merek *Innisfree*, selama 3 bulan terakhir, dan memiliki kepedulian terhadap penampilan fisik.
3. **Quota Sampling** adalah teknik probabilitas di mana sampel dipilih dengan memilih titik awal secara acak dan kemudian mengambil setiap elemen secara berurutan dari kerangka sampel. Teknik ini merupakan metode pemilihan responden yang patuh secara acak, contohnya, siswa yang diterima dengan Nomor Induk Mahasiswa yang aneh.
4. **Snowball Sampling** adalah teknik non-probabilitas di mana kelompok awal responden dipilih secara acak dan responden berikutnya dipilih berdasarkan referensi dari responden awal. Proses ini bisa dilakukan secara bertahap, di mana setiap responden memberikan rekomendasi untuk responden selanjutnya. Teknik ini agak sulit dalam pencarian responden sehingga referensi diperlukan. Biasanya, teknik ini bergantung pada rekomendasi dari satu orang ke orang lain, misalnya, responden yang menggunakan produk yang sensitif.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling* karena semua sampel tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian, melainkan hanya mereka yang memenuhi kriteria saja yang akan digunakan sebagai sampel. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *judgmental sampling*, karena sampel diambil berdasarkan *judgment* dari peneliti dan terdapat proses *screening*. Sampel yang dapat dipilih adalah sampel yang memiliki kriteria dan karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti.

3.5.4 Ukuran Sampel

Sample size didefinisikan sebagai kuantitas dari elemen yang akan digunakan didalam penelitian. Berdasarkan Hair et al. (2019), untuk dapat menentukan jumlah minimal dalam suatu penelitian, jumlah sampel akan disesuaikan dengan jumlah indikator atau *item* pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner, yaitu dengan asumsi jumlah indikator x5. Dalam penelitian ini,

digunakan sebanyak 35 indikator *item*. Dengan demikian, jumlah sampel dapat dihitung dengan 35 *item* indikator pertanyaan x5 (35x5), maka sampel yang diambil adalah sebanyak 175 sampel.

3.6 Prosedur Penelitian

3.6.1 Periode Penelitian

Waktu yang dihabiskan dalam penelitian ini adalah selama kurang lebih 5 bulan. Penelitian ini dimulai sejak bulan Januari sampai dengan Mei 2024. Dimulai dari menentukan objek dan masalah penelitian, dilanjutkan dengan menentukan model penelitian, lalu menyusun latar belakang serta perumusan pemasalahan, penjelasan dan dukungan dari penelitian terdahulu, pengumpulan dan pengolahan data, yang kemudian ditutup dengan memberikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

3.6.2 Pengumpulan Data

Berikut adalah alur dan tahapan yang dilalui peneliti dalam melakukan penelitian hingga menyelesaikan penelitian:

1. Peneliti mencari fenomena dan masalah objek yang akan diteliti serta jurnal utama penelitian. Peneliti juga mengumpulkan artikel dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan berita untuk mendapatkan bukti yang kuat dan mendukung fenomena yang dipilih oleh peneliti.
2. Peneliti menyusun landasan teori dan hipotesis penelitian.
3. Setelah model dan hipotesis penelitian sudah terbentuk, maka langkah selanjutnya adalah peneliti mencari dan mengumpulkan jurnal yang sesuai untuk dijadikan sebagai dasar indikator pertanyaan dalam penelitian, yang nantinya akan digunakan dalam kuesioner guna mengumpulkan responden.
4. Membuat kuesioner dan menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan *Google Forms* <https://forms.gle/1hsEGy852Py978j68> untuk *pre-test* dengan minimal 30 responden yang sudah lulus pertanyaan screening.
5. Dilakukan pengolahan dan analisis data terhadap tanggapan dari 30 responden tersebut, dengan dilakukan pengujian uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS versi 29. Setelah lolos kedua uji tersebut, maka dapat dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner untuk kepentingan *main-test*.

6. Setelah lolos *pre-test*, peneliti membuat kuesioner untuk *main-test* dan menyebarkannya secara online menggunakan *Google Forms* <https://forms.gle/1hsEGy852Py978j68> dengan minimal 175 responden yang lulus pertanyaan screening.
7. Peneliti mengolah dan menganalisis data responden menggunakan *software* SMARTPLS 4 dengan melakukan uji PLS-SEM dan *Bootstrapping* terhadap tanggapan dari 191 responden.

3.7 Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menerapkan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, khususnya *judgemental sampling*, di mana elemen sampel dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, dan sampel yang dipilih dimaksudkan untuk mencerminkan populasi secara keseluruhan. Sampel yang diinginkan harus memenuhi kriteria tertentu, terutama pria dan wanita dalam rentang usia 17 hingga 55 tahun yang telah menggunakan jasa maskapai Lion Air lebih dari 1 kali dan memiliki pengetahuan tentang merek Lion Air.

3.7.1 Variabel Eksogen

Menurut Malhotra (2017), variabel eksogen adalah jenis variabel yang berada di luar model dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain, serta tidak memiliki anak panah yang menuju ke variabel lain. Dalam konteks penelitian ini, variabel eksogen terdiri dari Service Quality, Brand Image, dan Customer Satisfaction.

3.7.2 Variabel Endogen

Menurut Malhotra dan rekan-rekannya (2017), variabel endogen adalah jenis variabel yang bersifat laten, kemudian memiliki satu atau lebih anak panah yang menuju ke variabel tersebut. Dalam penelitian ini, variabel endogen meliputi repurchase intention.

3.7.3 Variabel Teramati

Menurut Malhotra dan koleganya (2017), variabel yang diukur oleh peneliti dan dikenal sebagai variabel terukur, variabel nyata, atau indikator disebut variabel teramati. Dalam penelitian ini, variabel teramati terdiri dari total 28 indikator yang merupakan bagian dari keseluruhan variabel.

3.8 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 3.1 Tabel Indikator (Operasional)

<i>Factors / Variables</i>	<i>Definition</i>	<i>Indicators (English)</i>	<i>Indicators</i>	<i>Source</i>	<i>Scale</i>
<i>Quality of inflight services (Service Quality)</i>	Park et al. (2004) mendefinisikan kualitas layanan sebagai sebuah konsep penilaian keseluruhan tentang keunggulan suatu layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam suatu industri.	<i>Up-to-date aircraft and in-flight facility</i>	Lion Air memiliki ruang penumpang dengan tempat duduk yang luas dan nyaman.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Meal service (items, tastes, freshness, quantity, appearance, etc).</i>	Lion Air menyediakan layanan makanan yang terjamin rasa, kesegaran, dan tampilannya.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Seating comfort</i>	Lion Air memiliki kursi yang nyaman.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Seat space and Legroom</i>	Lion Air memiliki ruang penumpang dengan tempat duduk yang	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			luas dan nyaman.		
		<i>In-flight entertainment services (e.g. books, newspapers, movies, magazines)</i>	Hiburan dalam penerbangan Lion Air sangat lengkap.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Convenience of reservation and ticketing</i>	Proses reservasi tiket Lion Air sangat mudah.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Promptness and accuracy of reservation and ticketing</i>	Pelayanan reservasi dari tenaga sales and ticketing counter maupun agen cepat dan akurat.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Frequent flyer program</i>	Lion Air menawarkan program loyalitas bagi pelanggan setianya.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>

		<i>On-time performance</i>	Keberangkatan dan kedatangan penerbangan Lion Air tepat waktu.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Sincere interest in solving problems (flight cancellation, baggage loss, etc.)</i>	Respon Lion Air dalam menangani keluhan sangat cepat.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Safety record</i>	Rekor keselamatan penerbangan Lion Air baik.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Check-in service (waiting time, efficiency, etc.)</i>	Proses check-in dilakukan dengan cepat dan profesional.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Promptness and accuracy of baggage deliver</i>	Saya tidak khawatir barang-barang saya salah tempat. (misal: bagasi kita dibawa ke	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>

			tempat yang berbeda).		
		<i>The amount imposed for overweight baggage</i>	Biaya yang dikenakan terhadap over bagasi dapat diterima.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Providing seat that passengers prefer</i>	Lion Air menyediakan tempat duduk yang diinginkan penumpang.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Neat appearance of employee</i>	Penampilan petugas pelayanan Lion Air sangat rapi.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Employees who are willing to help passengers</i>	Staff maskapai Lion Air merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Courtesy of employees</i>	Staff Lion Air bersikap sopan kepada penumpang.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>

		<i>Employees who have the knowledge to answer passengers' questions</i>	Staff maskapai Lion Air bertindak secara profesional dalam menanggapi pertanyaan pelanggan.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Give passengers personal attention</i>	Staff maskapai Lion Air dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Convenient flight schedule</i>	Lion Air memiliki jam operasional yang nyaman bagi saya.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>Non-stop flight</i>	Lion Air menyediakan jalur penerbangan langsung ke destinasi tujuan.	Park, J.-W. et al. (2004)	<i>Likert Scale (1-5)</i>

<i>Brand Image</i>	Citra merek merupakan keyakinan konsumen yang berkembang terhadap atribut setiap merek (Kotler et al., 2021).	<i>I have always had positive impressions of this airline.</i>	Saya selalu punya kesan positif terhadap maskapai Lion Air.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
		<i>I feel that this airline has a better reputation than others.</i>	Saya merasa maskapai Lion Air memiliki reputasi yang lebih baik dibandingkan maskapai lain.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
		<i>Passengers have a positive perception of this airline.</i>	Penumpang memiliki persepsi positif terhadap maskapai Lion Air.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
		<i>This airline has a strong reputation in the community.</i>	Maskapai Lion Air mempunyai reputasi yang kuat di masyarakat.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
<i>Customer Satisfaction</i>	Heiller et al. (2003) mendefinisikan kepuasan	<i>My choice to take this trip makes me feel satisfied.</i>	Saya merasa puas dengan pilihan saya untuk	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale</i> (1-5)

	<p>pelanggan sebagai keseluruhan perasaan bahagia dan puas yang dirasakan</p>		<p>melakukan perjalanan dengan maskapai Lion Air.</p>		
	<p>konsumen, yang dihasilkan dari kemampuan memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan</p>	<p><i>I am always satisfied with the services provided by this airline.</i></p>	<p>Saya selalu puas dengan pelayanan yang diberikan maskapai Lion Air.</p>	<p>Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)</p>	<p><i>Likert Scale (1-5)</i></p>
	<p>konsumen sehubungan dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.</p>	<p><i>Compared to other airlines, I am really satisfied with this one.</i></p>	<p>Dibandingkan maskapai lain, saya sangat puas dengan maskapai Lion Air.</p>	<p>Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)</p>	<p><i>Likert Scale (1-5)</i></p>
		<p><i>When I choose to fly on this airline, I believe I made the right choice.</i></p>	<p>Ketika saya memilih untuk terbang dengan maskapai Lion Air, saya yakin saya telah membuat pilihan yang tepat.</p>	<p>Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)</p>	<p><i>Likert Scale (1-5)</i></p>

		<i>This airline has exceeded my expectations in every way.</i>	Maskapai Lion Air telah melampaui ekspektasi saya dalam segala hal.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
<i>Repurchase Intention</i>	<i>Repurchase Intention</i> adalah niat untuk membeli kembali suatu produk dua kali atau lebih, baik produk yang sama maupun berbeda (Zeng, Zuahao, Rong, dan Zhilin, 2009).	<i>I consider that this airline will be my first choice in the future.</i>	Saya akan mempertimbangkan maskapai Lion Air untuk menjadi pilihan pertama saya di masa depan.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>If I ever use this airline again, I may do so.</i>	Jika saya harus berpergian, saya akan menggunakan maskapai Lion Air.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale (1-5)</i>
		<i>I would tell my friends and others about this airline.</i>	Saya akan memberi tahu teman-teman saya dan orang lain tentang maskapai Lion Air.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale (1-5)</i>

		<i>I will be considering this airline more for air travel in the coming years.</i>	Saya akan lebih mempertimbangkan maskapai Lion Air untuk perjalanan udara di tahun-tahun mendatang.	Ravishankar, B., & Christopher, B. P. (2023)	<i>Likert Scale</i> (1-5)
--	--	--	---	--	------------------------------

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Data *Pre-Test*

Malhotra (2010), mengungkapkan tahap *pre-testing* adalah aturan yang umum dalam melakukan survei secara luas. *Pre-testing* dapat dilakukan dengan cara menyebarkan suatu kuesioner kepada sampel yang berjumlah sekitar 15 - 30 orang (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini, penulis menggunakan *software* IBM SPSS Statistics versi 29 untuk melakukan olah data *pre-test*. Uji data yang dilakukan adalah faktor analisis dan reliabilitas. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana indikator yang digunakan oleh penulis dapat mewakili variabel yang diujikan. Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan sebanyak 45 responden yang pernah memakai jasa maskapai Lion Air lebih dari 1 kali. Data *pre-test* ini dilakukan dan dikumpulkan secara online melalui platform *Google Forms*.

3.9.2 Metode Faktor Analisis

3.9.2.1 Uji Validitas *Pre-Test*

Uji validitas mengacu pada sejauh mana skor skala yang diamati mampu menggambarkan bahwa objek penelitian berbeda dengan karakteristik yang diukur, menurut (Malhotra, 2010). Kemudian, terdapat 3 tipe validitas yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. *Content Validity*

Tipe yang digunakan dengan evaluasi sifatnya subjektif tetapi juga objektif mengenai seberapa baik isi dari skala guna mewakili pengukuran yang ada.

2. *Criterion Validity*

Tipe dengan cara menguji apakah skala pengukuran yang ada dapat digunakan dan berfungsi dengan baik sesuai dengan yang diharapkan dan berkaitan dengan variabel lainnya yang dipilih sebagai kriteria yang bermakna.

3. *Construct Validity*

Tipe yang menjawab pertanyaan mengenai karakteristik ataupun konstruksi apa yang dapat diukur dengan skala.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tipe *Construct Validity* pada pengujian *pre-test*. Penulis menggunakan sebuah alat ukur yang berupa indikator pertanyaan guna mengukur pengertian dari sebuah variabel. Sebuah indikator bisa dikatakan valid apabila telah memenuhi syarat yang terdapat dalam uji validitas. Berikut syarat yang terdapat dalam melakukan uji validitas menurut (Malhotra, 2019):

Tabel 3.2 Syarat Uji *Pre-Test*

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat Validitas
1	<i>KMO (Kaiser Meyer-Olkin)</i>	<i>Kaiser Meyer-Olkin</i> adalah indeks yang dipakai untuk menguji kelayakan analisis faktor. (Malhotra, 2019).	Nilai KMO $\geq 0,5$ menunjukkan analisis faktor valid. Nilai KMO $< 0,5$ maka analisis faktor tidak valid.
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Bartlett Test of Sphericity</i>	Nilai signifikan $< 0,05$

		merupakan uji statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak mempunyai korelasi dalam populasi. (Malhotra, 2019).	menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar variabel.
3	<i>Anti-Image Correlation Matrix (MSA - Measure of Sampling)</i>	<i>Anti-Image Correlation Matrix</i> merupakan matriks atau alat yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan adanya korelasi sederhana antara semua kemungkinan pada variabel yang ada di dalam model analisis. (Malhotra, 2019).	Nilai MSA $\geq 0,5$ menunjukkan analisis faktor valid. Nilai MSA $< 0,5$ maka analisis faktor tidak valid.
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading</i> adalah alat yang berguna untuk mengukur korelasi sederhana antar variabel dan faktor yang terdapat dalam model. (Malhotra, 2019).	Nilai factor loading $\geq 0,5$ akan dianggap signifikan. Semakin besar nilai akan semakin baik dalam menjelaskan suatu variabel.

3.9.2.2 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur dan melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi atau tidak disebut dengan uji validitas. Menurut Malhotra (2017), uji reliabilitas adalah uji yang dapat mengukur sejauh mana skala akan mendapatkan hasil yang konsisten dalam sebuah pengukuran

yang dilakukan secara berulang. Dapat dikatakan juga bahwa, uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat konsistensi dari responden ketika menjawab kuesioner/survei yang telah diberikan. Pada jenis uji reliabilitas, dapat diukur melalui *Cronbach's Alpha*. Apabila hasil dari *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$ maka data bisa dikatakan reliabel (Kamis et al., 2020). Sebaliknya, apabila < 0.7 maka data dikatakan tidak reliabel.

3.9.3 Analisis Data

Penelitian Data akan diolah menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) pada penelitian ini. Structural Model Equation berdasarkan penjelasan dari Hair et al. (2019), merupakan sebuah model statistik yang dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dari variabel-variabel yang sedang meneliti hubungan timbal balik dan dinyatakan dalam serangkaian persamaan dan hampir sama dengan persamaan regresi berganda. Persamaan tersebut tergambar dari hubungan variabel dependen dan independen yang digunakan. Pada metode SEM terdapat dua metode, yaitu Covariance Based SEM (CB-SEM) dan Partial Least Square SEM (PLS-SEM). CB-SEM merupakan metode yang digunakan untuk mengukur model struktural dengan berdasarkan teori yang kuat, tujuannya adalah menguji hubungan kausalitas antara konstruk/variabel laten dan mengukur kelayakan model, yang kemudian dikonfirmasi sesuai dengan data empirisnya (Syafadillah, 2020). Selain itu, PLS-SEM adalah metode yang digunakan dengan tujuan menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan cara memperhatikan apakah terdapat hubungan atau pengaruh antara konstruk tersebut (Syafadillah, 2020). Pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, pengujian model terkait hubungan antar variabel, serta analisis model struktural dan analisis regresi dapat dilakukan secara bersamaan dengan metode SEM (Harapah, 2020).

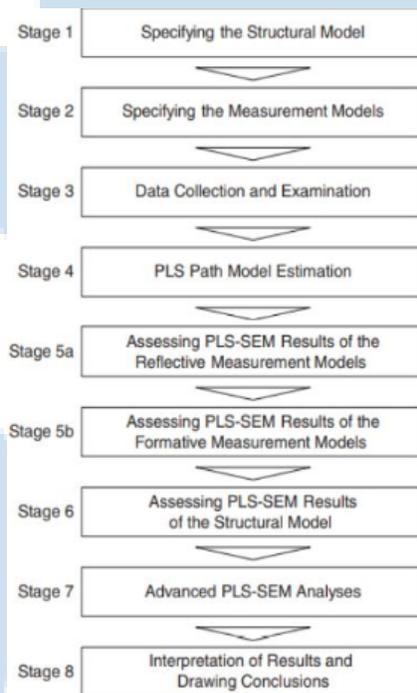
Penelitian yang menggunakan metode SEM juga memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut (Sarwono, 2010):

1. Kemungkinan untuk mendapatkan asumsi yang lebih fleksibel.
2. Mengurangi terjadinya kesalahan dalam pengukuran suatu variabel yang memiliki banyak indikator karena adanya confirmatory factor analysis.
3. Hasil analisis lebih mudah dibaca karena terdapat pemodelan grafis.

4. Model diuji secara keseluruhan tidak hanya koefisiennya.
5. Dapat membuat model terhadap variabel yang bersifat perantara.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode Partial Least Square (PLS-SEM). PLS-SEM mempunyai fokus untuk melakukan penjelasan yang berkaitan dengan varian dari variabel dependen yang terdapat di dalam model. Menurut Rifai (2015), metode PLS-SEM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi untuk penelitian regresi yang dilakukan serta dapat menghubungkan antara teori yang ada dengan data yang didapatkan, dan memiliki kemampuan untuk menganalisis sesuai dengan jalur hubungan antar variabel laten.

Terdapat beberapa tahap untuk melakukan analisis PLS-SEM, berdasarkan dari buku yang ditulis oleh Hair et al. (2019), antara lain:



Gambar 3.4 Prosedur Analisis PLS-SEM

Sumber: Hair et al. (2019)

Prosedur analisis PLS-SEM, sebagai berikut:

1. **Stage 1 - Specifying the Structural Model.** Pada tahap ini, penulis menyiapkan diagram, kemudian menggambarkan model penelitian yang digunakan untuk menyusun hipotesis

dan hubungan antar variabel yang diteliti. Diagram yang dibuat pada tahap ini biasanya disebut sebagai model jalur (Hair et al., 2019).

2. **Stage 2** - *Specifying the Measurement Model*. Pada tahap ini, penulis melakukan uji tentang hubungan antara model penelitian dan indikator variabel yang digunakan. Uji hipotesis yang terdapat di dalam model penelitian akan menjadi valid apabila model pengukuran dapat menjelaskan model penelitian yang diukur (Hair et al., 2019).
3. **Stage 3** - *Data Collection and Examination*. Pada tahap ini penulis merencanakan dengan matang rencana penelitian, tujuannya agar setiap respon atas pertanyaan yang ada dapat disebut valid dan reliabel untuk sebuah penelitian (Hair et al., 2019).
4. **Stage 4** - *PLS Path Model Estimation and Algorithm*. Pada tahap ini, penulis perlu memahami mekanisme algoritma dan statistika dari PLS-SEM, tujuannya untuk melakukan perhitungan estimasi path coefficients dan parameter lainnya untuk memperjelas konsep dan model penelitian (Hair et al., 2019).
5. **Stage 5** - *Evaluation of the Measurement Models*. Pada tahap ini, dibagi menjadi dua tahapan lainnya yaitu (Hair et al., 2019):
 - a. *Reflective Measurement Model*
 - b. *Formative Measurement Model*

Keduanya dibedakan sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Pengukuran Uji Validitas

Evaluation	Measurement	Parameter	Rule of Thumb
Reflective Measurement Models (Hair et al., 2019)	<i>Internal Consistency</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> $\geq 0,7$
		<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> $\geq 0,7$
	<i>Convergent Validity</i>	<i>Average Variance Extracted</i>	<i>Average Variance Extracted</i> $\geq 0,5$
	<i>Discriminant</i>	<i>Cross-Loading</i>	Nilai <i>cross-loading</i> pada suatu variabel $>$

			dibandingkan nilai crossloading pada variabel lainnya.
	<i>Validity</i>	<i>Fornell Larcker Criterion</i>	Nilai AVE indikator terhadap variabel sendiri > nilai AVE indikator terhadap variabel lainnya.
	<i>Indicator Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loading</i> $\geq 0,7$
Formative Measurement Models (Hair et al., 2019)	<i>Convergent Validity</i>	<i>Indicator Reliability</i>	<i>Outer Loadings</i> $\geq 0,7$
		<i>Average Variance Extracted</i>	<i>Average Variance Extracted</i> $\geq 0,5$
	<i>Collinearity between Indicators</i>	<i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	Nilai > 3, maka dapat dikatakan tingkat multicollinearity tinggi.

6. **Stage 6** - *Assessing PLS-SEM Structural Model Result*. Pada tahap ini, penulis melakukan pembahasan yang berkaitan dengan penilaian hasil model struktural dan memeriksa kemampuan untuk memprediksi model dan hubungan antar variabel (Hair et al., 2019).

Tabel 3.4 *Tabel Structural Model Result*

Criteria	Rule of Thumb
T-Statistics (alpha 5%)	Apabila nilai berada pada $-1,645 < t\text{-stat} < 1,645$ = dinyatakan tidak signifikan. Namun, apabila pada rentang $< -1,645$ ataupun $> 1,645$ = dinyatakan signifikan

R-Square	R-Square = 0,75 (model penelitian kategori kuat)
	R-Square = 0,50 (model penelitian kategori sedang)
	R-Square = 0,25 (model penelitian kategori lemah)
Effect size f^2	$f^2 = 0,02$ (mempunyai efek kecil)
	$f^2 = 0,15$ (mempunyai efek sedang)
	$f^2 = 0,35$ (mempunyai efek besar)
Blindfolding and Predictive Relevance Q^2	Nilai $Q^2 > 0$, maka model penelitian memiliki <i>predictive relevance</i> .
	Nilai $Q^2 < 0$, maka model penelitian tidak memiliki <i>predictive relevance</i> .
Q^2	$Q^2 = 0,02$ (<i>predictive relevance</i> kecil)
	$Q^2 = 0,15$ (<i>predictive relevance</i> kecil)
	$Q^2 = 0,35$ (<i>predictive relevance</i> kecil)

7. **Stage 7 - Advanced PLS-SEM Analysis.** Pada tahap ini, penulis dapat melakukan analisis lebih dalam seperti PLS-MGA, dan lainnya.
8. **Stage 8 - Interpretation of Results and Drawing Conclusions.** Pada tahap ini, penulis dapat menarik kesimpulan tentang penelitian yang didasari pada hasil pengolahan data dan juga analisis yang didapat dari hasil pengolahan data menggunakan PLS-SEM.

Pada penjelasan di atas, telah dijelaskan bahwa tahap 1 dan 2 merupakan bagian dari analisis penelitian menggunakan SEM (Structural Equation Modeling). Penulis menggunakan PLS-SEM karena memiliki lebih dari satu endogen, selain itu terdapat beberapa variabel yang tidak dapat diukur dengan angka seperti *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* atau berdasarkan pendapat dari responden. Dengan ini, penulis harus menyiapkan diagram yang nantinya akan digunakan untuk menjadi model penelitian. Setelah itu, penulis perlu melakukan uji pada setiap hubungan antara model dan variabel yang digunakan pada penelitian. Maka dari itu, segala analisis yang menggunakan SEM harus sesuai dengan teori-teori dasar (Malhotra, 2019). Oleh karena itu, untuk melihat hubungan antara satu variabel dan variabel lain dibutuhkan tes dasar yaitu dengan *measurement theory* dan *structural theory*.

3.9.4 Identifikasi Variabel Penelitian

1. *Measurement Theory*

Pada penelitian ini, measurement theory yang digunakan oleh penulis adalah *convergent validity*, *discriminant validity*, *indicator reliability*, dan *reliability*.

a. *Convergent Validity*

Hair et al. (2019), mengungkapkan bahwa validitas konvergen adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur suatu hubungan yang positif dengan ukuran alternatif yang digunakan dalam desain penelitian yang sama. Nilai AVE harus dapat memenuhi syarat yaitu $\geq 0,5$ untuk menunjukkan derajat konvergensi yang cukup, hal ini berarti variabel laten menjelaskan lebih dari setengah varians indikator (Hair et al., 2019). Rumus AVE adalah sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

Keterangan:

λ_i^2 = factor loading

$var(\varepsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$

b. *Discriminant Validity*

Hair et al. (2019) menunjukkan bahwa validitas diskriminan adalah ukuran sejauh mana suatu model berbeda dari model lain dalam hal hubungan antar model. Validitas diskriminan dapat terjadi ketika muatan indikator pada

variabelnya sendiri lebih besar dari nilai muatannya. Metrik lainnya yang digunakan untuk mengukur validitas diskriminan indikator adalah kriteria *Fornell-Larcker*, yang memiliki kondisi di mana nilai AVE indikator memiliki nilai yang lebih tinggi untuk variabelnya sendiri daripada variabel lain (Hair et al., 2019).

c. Indicator Reliability

Pengukuran yang berguna untuk mengukur sejauh mana suatu model akan berbeda dengan model lainnya terkait dengan hubungan antara model adalah indicator *reliability*, biasanya indikator ini disebut *outer-loading* (Hair et al., 2019).

d. Reliability

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan *coefficient alpha* atau *Cronbach's Alpha* (Malhotra, 2019). Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$ (Hair et al., 2019). Berikut adalah rumus dari *Cronbach's Alpha*, sebagai berikut:

$$Cronbach's\ Alpha = \left(\frac{k}{(k-1)}\right)\left(1 - \frac{\sum\sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Selain itu, penulis juga melihat nilai dari *composite reliability* dan *rho_A* yang menunjukkan nilai $\geq 0,7$ (Hair et al., 2019). Berikut adalah rumus dari *Composite Reliability*, sebagai berikut:

$$CR = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i\right)^2}{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i\right)^2 + \left(\sum_{i=1}^n \delta_i\right)}$$

2. Structural Theory

Pada penelitian ini, measurement theory yang digunakan oleh penulis adalah Tstatistics, R^2 (*coefficient of determination*), Q^2 (*cross validated redundancy*), dan f^2 (*effect size*).

1. ***T-Statistics (One Tailed)***

T-Statistics dilakukan untuk menguji seberapa signifikan suatu hipotesis dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *alpha* sebesar 5% atau 0,005 yang menjadi nilai kritis pada penelitian ini. Maka, apabila memperoleh nilai yang berada pada $-1,65 < t\text{-stat} < 1,65$, akan dinyatakan tidak signifikan. Namun, apabila pada rentang $< -1,65$ ataupun $> 1,65$, akan dinyatakan signifikan (Hair et al., 2019). Selain itu, penulis juga melihat dari nilai *p-value* $< 0,05$ (Hair et al., 2019).

2. ***R² (coefficient of determination)***

Ukuran hasil dari modifikasi koefisien determinasi yang mengkalkulasikan jumlah variabel independen yang masuk ke dalam persamaan dan ukuran sampel disebut R^2 (Hair et al., 2019). Menurut Hair et al. (2019), nilai R^2 berkisar dari 0 hingga 1, dengan tingkat yang lebih tinggi menunjukkan tingkat akurasi prediksi yang lebih tinggi.

3. ***Q² (cross validated redundancy)***

Ukuran dari seberapa baik model jalur dapat memprediksi nilai awal yang diamati disebut Q^2 , berdasarkan dari Hair et al. (2019). Kemudian, menurut Hair et al. (2019), apabila hasil dari nilai Q^2 lebih besar dari 0 maka konstruk eksogen memiliki relevansi prediktif untuk konstruk endogen yang sedang dipertimbangkan.

4. ***f² (effect size)***

Nilai yang digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dihilangkan dapat berdampak substantif pada konstruksi endogen, disebut f^2 , Hair et al. (2019). Nilai f^2 yang kurang dari 0,02 maka tidak berpengaruh. Selain itu, menurut Hair et al. (2019), nilai f^2 adalah kombinasi dari konstruksi endogen dan eksogen yang sesuai.

3.8.5 Testing Structural Relationship

Model teoritis yang dianggap valid, jika memenuhi syarat berikut:

1. Nilai standar koefisien ≥ 0 , artinya terdapat hubungan yang positif, sebaliknya jika standar koefisien ≤ 0 maka terdapat hubungan negatif.
2. Nilai dari *p-values* $< 0,05$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan di dalam suatu hipotesis yang telah disusun penulis dan didukung oleh data. (Malhotra, 2010).
3. Nilai dari *t-value* > 1.645 (Hair et al., 2019)

