BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2009:13) objek penelitian adalah sebagai berikut :

"Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang sesuatu hal (variabel tertentu)".

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu yang objektif, *valid* dan *realible*. Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh citra perusahaan dan faktor sosial terhadap keputusan penggunaan jasa pada Baraya Travel.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriftif analisis dan verifikatif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2010:2) metode penelitian adalah:

> "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada kegiatan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2010:29) adalah sebagai berikut:

> "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah ke satu dan dua. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lajut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

Sedangkan menurut Masyhuri, dkk (2009:45) metode verifikatif adalah sebagai berikut:

> "Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel

X_1 (citra perusahaan) dan X_2 (faktor sosial) terhadap Y (keputusan penggunaan jasa). Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Menurut Sugiyono (2009:13) menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrumen penelitian
7. Kesimpulan.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi.
2. Menetapkan judul dari fenomena yang didapat, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti kemudian menentukan identifikasi masalah dalam penelitian.
3. Menetapkan masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini.

4. Menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Citra Perusahaan dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Konsumen Penggunaan Jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung
5. Melakukan pembahasan terhadap masalah melalui data dan informasi yang diperoleh dari Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung kemudian data tersebut diolah dan dianalisis.
6. Melaporkan hasil dari penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interprestasi data.
7. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penyelesaian dan jawaban atas identifikasi masalah dan penelitian.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Pengguna jasa Baraya Travel	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Pengguna jasa Baraya Travel	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Pengguna jasa Baraya Travel	*Cross Sectional*
T-4	*Descriptive dan verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pengguna jasa Baraya Travel	*Cross Sectional*

Dari tabel di atas dapat penulis uraikan sebagai berikut:

Tujuan penelitian pertama adalah :

a. Untuk mengetahui citra perusahaan pada Jl Surapati No 119 Baraya Travel
b. Untuk mengetahui faktor sosial pengguna jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung
c. Untuk mengetahui keputusan pengguna jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung
d. Untuk mengetahui besar pengaruh citra perusahaan dan faktor sosial terhadap keputusan penggunaan jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasinalisasi variabel merupakan definisi yang menyatakan dengan cara menentukan pemikiran atau gagasan berupa kriteria-kriteria yang dapat diuji secara khusus bagi suatu penelitian menjadi variabel yang dapat diukur.

Menurut Jonathan Sarwono (2006:28) menyatakan bahwa "operasionalisasi variabel adalah yang menjadikan variabel- variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel- variabel tersebut."

Sesuai dengan judul yang diambil penulis yaitu; "Pengaruh Citra Perusahaan dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Konsumen Penggunaan Jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung", maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel Bebas / *Independen* (Variabel X)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra perusahaan (X1) dan faktor sosial (X2). Sugiyono (2012:4) mengemukakan bahwa "variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen)"

2. Variabel Terikat /*Dependen* (Variabel Y)

Variabel dependent atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah keputusan konsumen penggunaan jasa. Pengertian Variabel *dependen* menurut Sugiyono (2012:4) adalah "Variabel *dependen* (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Adapun definisi operasionalisasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Citra Perusahaan (X1)	Citra perusahaan adalah "kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi" (Harrison, 2005:61)	*a. Personality* - Karakter perusahaan yang dapat dipercaya - Memiliki Tanggung Jawab	-Tingkat kepercayaan - Tingkat tanggung jawab	Ordinal
		b. *Reputation* - Keyakinan pelanggan dari hasil kinerja pelayanan - Keyakinan akan pengalaman perusahaan - Keyakinan akan kemampuan	- Tingkat keyakinan terhadap kinerja pelayanan - Tingkat keyakinan terhadap pengalaman perusahaan dalam menjalankan bisnis - Tingkat keyakinan akan kemampuan karyawan	Ordinal

		karyawan		
		c. *Value* - Kepedulian manajemen terhadap pelanggan - Karyawan yang cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen - Perusahaan yang inovatif	- Tingkat penilaian kepedulian manajemen terhadap pelanggan -Tingkat penilaian terhadap kecepatan dalam melayani kebutuhan - Tingkat penilaian terhadap inovasi perusahaan	Ordinal
		d. *Corporate identity* -pengetahuan logo perusahaan - Pengetahuan warna - Pengetahuan slogan perusahaan	- Tingkat pengetahuan Logo perusahaan - Tingkat Pengetahuan Warna perusahaan - tingkat pengetahuan Slogan Perusahaan	Ordinal
Faktor Sosial (X2)	Status sosial merupakan kedudukan seseorang di masyarakat, di mana didasarkan pada pembedaan masyarakat ke dalam kelas-kelas secara vertikal, yang di wujudkan dengan adanya tingkatan masyarakat dari yang tinggi ke yang lebih rendah dengan mengacu pada pengelompokkan menurut kekayaan (Sitorus, 2003: 95)	a. Kelompok referensi - kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang	Tingkat pengaruh rekan kerja	Ordinal
		b. Keluarga. -Pengaruh Orang Tua, Istri/Suami - Pengaruh Adik, Kakak, Saudara	- Tingkat pengaruh - Tingakat pengaruh	Ordinal
		c. Peran dan status -Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok - Status	-Tingkat kedudukan -Tingkat status responden	Ordinal

		Seseorang dalam kelompok	di masyarakat	
Keputusan Penggunaan jasa (Y)	Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2009:212)	a. Pengenalan masalah - Kebutuhan atas produk - Perbedaan antara produk yang diterima dengan keinginan	- Tingkat kebutuhan - Tingkat perbedaan	Ordinal
		b. Pencarian informasi - Keinginan mendapatkan informasi - upaya pencarian sumber informasi	- tingkat keinginan - tingkat upaya yang dilakukan	Ordinal
		c. Evaluasi alternatif - Penilaian terhadap kualitas produk	- tingkat penilaian	Ordinal
		d. Keputusan pembelian - Persetujuan menggunakan produk	- tingkat persetujuan	Ordinal
		e. Perilaku pasca beli - Kepuasan setelah menggunakan produk - Keinginan Pembelian ulang	- Tingkat kepuasan - Tingkat keinginan	Ordinal

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel menggunakan skala ordinal. Pengertian dari skala ordinal menurut Nur Indriantoro dan Bambang (2002:98) adalah sebagai berikut:

"Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* diukur."

Berdasarkan pengertian diatas, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert.

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

Tabel 3.3
***Scoring* Untuk Jawaban Kuesioner**

Jawaban Responden	Skor	
	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: Sugiyono (2010:94)

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian mengenai "Pengaruh citra perusahaan dan faktor sosial terhadap keputusan penggunaan jasa" adalah data sekunder dan primer.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010:137), mendefinisikan data primer adalah sebagai berikut:

"Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini auditor eksternal.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010:137), mendefinisikan data sekunder adalah sebagai berikut:

"Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala likert, seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4

Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban	**Skala Nilai**
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2006:87)

- Observasi, dilakukan terhadap sumber data sesuai dengan unit observasi/analisis yang telah disebutkan.

Dokumentasi, dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan/laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah Pengaruh Citra Perusahaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Sugiyono (2009:115) menjelaskan pengertian populasi adalah sebagai berikut:

> "Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan".

Berdasarkan definisi di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini, rata-rata pengguna Baraya Travel yang berhubungan dengan masalah penelitian sebanyak 3600 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:81), menjelaskan definisi sampel adalah:

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representatif artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan *simple random sampling.*

Sugiyono (2012:82) "berpendapat bahwa *probability sampling* adalah teknik pengambilan sample yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel". Sedangkan *simple random sampling* (simple acak sederhana) yaitu "teknik pengambilan data yang paling sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu".

Adapun penentuan ukuran sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya, menggunakan rumus sebagai berikut:

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

dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e^2 : tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah sebesar 5%)

Perhitungan jumlah sampel yang diambil sesuai dengan perhitungan adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{3600}{1 + 3600(0.1^2)}$$

n = 97,30 ≈ 97

Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 orang pengguna jasa Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung dibulatkan menjadi 100 orang pengguna jasa Baraya Travel yang menjadi responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan dua cara, yaitu Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan studi kepustakaan *(Library Reseach)*. Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan dengan cara:

1. Penelitian Lapangan *(Field Research*)
   a. Metode pengamatan (*Observasi*), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti, diamati atau kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam penulisan laporan ini, penulis mengadakan pengamatan langsung pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung.
   b. Wawancara (*Interview*), yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait langsung dan berkompeten dengan permasalahan yang penulis teliti.
   c. Kuesioner, teknik kuesioner yang penulis gunakan adalah kuesioner tertutup, suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dan yang menjadi

responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung, dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

2. Penelitian keputakaan (*Library Reseach)*

Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan atau studi literatur dengan cara mempelajari, meneliti, mengkaji serta menelah literatur berupa buku-buku (*text book*), majalah, surat kabar, artikel, situs web dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk memperoleh sebanyak mungkin teori yang diharapkan akan dapat menunjang data yang dikumpulkan dan pengolahannya lebih lanjut dalam penelitian ini.

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan-pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:172) valid berarti "instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2010: 356) mengatakan untuk menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus tehnik korelasi *Pearson Product moment*, guna menghitung korelasi antara masing- masing pertanyaan dengan skor total. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pertanyaan- pertanyaan mana yang valid dan mana yang tidak valid, dengan mengkonsultasikan data tersebut sengan tingkat signifikan r kritis = 0.05. pengujian statistik mengacu pada:

- **r hitung < kritis** maka **tidak Valid.**
- **r hitung > kritis** maka **valid.**

Dengan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Jonathan Sarwono (2012:130)

Keterangan:

r = koefisien validitas item yang dicari
X = skor yang diperoleh subjel dalam setiap item
Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X
$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y
n = banyaknya responden

Sedangkan untuk mengetahui keberartian r (koefisien korelasi person) dilakukan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \mathrm{r}\,\frac{\sqrt{(\mathrm{n}-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Sumber : Sugiyono (2012: 181)

Dimana:

n = urutan sampel

r = koefisien korelasi person

Dengan taraf signifikan 5%, maka:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk= n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item instrumen dikatan valid jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{tabel.}$ maka item dapat digunakan.
3. Item instrumen dikatan valid jika t_{hitung} kurang dari $t_{tabel.}$ Maka item dapat tidak dapat digunakan.

Untuk pengujian validitas instrument penelitian, penulis menggunakan program SPSS 18. 0 *for windows.* Berikut adalah hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 30 responden :

Tabel 3.5

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Pengaruh Citra (X1)	1	0,506	0,300	Valid
	2	0,646	0,300	Valid
	3	0,475	0,300	Valid
	4	0,566	0,300	Valid
	5	0,599	0,300	Valid
	6	0,604	0,300	Valid
	7	0,657	0,300	Valid
	8	0,671	0,300	Valid
	9	0,809	0,300	Valid
	10	0,385	0,300	Valid
	11	0,832	0,300	Valid
Faktor Sosial (X2)				
	12	0,691	0,300	Valid
	13	0,651	0,300	Valid
	14	0,720	0,300	Valid
	15	0,500	0,300	Valid
	16	0,629	0,300	Valid
Keputusan Konsumen Penggunaan Jasa (Y)	17	0,727	0,300	Valid
	18	0,722	0,300	Valid
	19	0,491	0,300	Valid
	20	0,807	0,300	Valid
	21	0,687	0,300	Valid
	22	0,738	0,300	Valid
	23	0,503	0,300	Valid
	24	0,644	0,300	Valid

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat diketahui bahwa nilai koefisien berada di atas 0,3, dan berdasarkan ketentuan nilai tersebut menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam angket adalah valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sarwono (202012:85) relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Tehnik perhitungan relibilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS 11.0 *for Windows.* Setelah itu output dari hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan *Spearmant Brown* dengan tehnik belah dua (*Split Half Method).*

Metode perhitungan reliabilitas yang digunakan dengan cara memberikan suatu test pada seluruh objek dan kemudian hasil test dibagi jadi dua sama besar, dengan membagi test berdasarkan item- item yang bernomor ganjil dan genap (Sugiyono, 2003: 278). Adapun langkah- langkah sebagai berikut:

1. Item variabel dibagi menjadi dua, yaitu belahan pertama (total ganjil) dan belahan kedua (total genap) lalu dikelompokkan dalam kolom 1 dan kolom 2.
2. Skor untuk masing- masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor untuk kelompok 1 dan kelompok 2.
3. Korelasikan skor total kelompok 1 dan skor kelompok 2 pada program SPSS 11.0 *for windows.*
4. Kemudian output hasil korelasi dimasukkan pada persamaan *Spearman Brown* dibawah ini:

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : Sugiyono (2012:131)

Dimana:

$r_{i =}$ koefisien reabilitas internal seluruh item

r_b = korelasi product moment antara belahan (ganjil-genap) atau awal akhir

Keputuasan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 10 % satu sisi adalah :

1. Jika t_{hitung} lebih dari atau sama dengan $t_{0,1}$ dengan taraf signifikan 10 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,1}$ dengan taraf signifikan 10% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7. Untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (reliable).

Tabel 3.6
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reability	Validity
Good	0.80	0.50
Acceptabel	0.70	0.30
Marginal	0.60	0.20
Poor	0.50	0.10

Sumber : Barker, et al (2002:70)

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas instrumen :

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas		
	Koefisien Reliabilitas	**Titik Kritis**	**Kesimpulan**
Pengaruh Citra (X1) dan Faktor Sosial (X2)	0,897	0,700	Reliabel
Keptusan Konsumen Penggunaan Jasa **(Y)**	0,807	0,700	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas untuk setiap variabel di atas titik kritis, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

3.2.5 Rancangan Analisi dan Perancangan Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

3.2.5.2 Analisis Deskriftif/Kualitatif

Menurut Sugiyono (2009:14) analisis kualitatif adalah sebagai berikut: "Metode penelitian kualitatif itu dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama dilapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail."

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Setiap indikator atau sub variabel yang dinilai oleh responden diklasifikasikan ke dalam 5 alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5.

2. Dihitung total skor setiap indikator atau sub variabel = jumlah skor dari seluruh skor indikator variabel untuk semua responden.

3. Dihitung skor setiap variabel atau sub variabel = rata-rata dari total skor.

4. Untuk mendeskripsikan jawaban responden juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan ditampilkan dalam bentuk tabel ataupun grafik dengan menggunakan bantuan *software excel* dan *SPSS*

5. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana :

Rs = rentang Skor

n = Jumlah responden

m = Jumlah alternative jawaban tiap item

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal, skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, 5), sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikali dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Apabila digambarkan dengan rumus, maka akan tampak seperti di bawah ini:

$$\text{\% skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian dengan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya, sebagai berikut :

1. Nilai Indeks Minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden

2. Nilai Indeks Maksimum adalah skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden
3. Interval adalah selisih antara indeks minmum dengan nilai indeks maksimum
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi dengan jumlah jenjang yang diinginkan

Adapun perhitungannya sebagai berikut :

- Skor minimum dalam presentase $= \frac{skor\ minimum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

- Skor maksimum dalam presentase $= \frac{skor\ maksimum}{skor\ minimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

- Interval dalam presentase = Persentase Maksimum – Persentase Minimum
  = 100% - 20%
  = 80%
- Panjang Interval $= \frac{Interval}{jenjang} = \frac{80\%}{5} = 16\%$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing – masing item penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.8

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Mempengaruhi
2	36.01 - 52.00	Tidak Baik / Tidak Mempengaruhi
3	52.01 - 68.00	Cukup Baik / Cukup Mempengaruhi
4	68.01 - 84.00	Baik / Mempengaruhi
5	84.01 – 100	Sangat Baik / Sangat Mempengaruhi

3.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Menurut Sugiyono (2009:31) analisis kuantitatif adalah sebagai berikut :

"Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris.Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang dilakukan secara random.Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan.Penyajian data dapat berupa tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan pictogram.Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan."

a. Transformasi Data *(Method of Succesive Interval)*

Data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Method Of Succesive Interval*" (hays, 1969:39) dalam Umi Narimawati (2011:47). Dengan rumus sebagai berikut :

1. Mengolah data ordinal menjadi interval dengan interval berurutan untuk variable bebas terikat.

   Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut :

   a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

   b) Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

   c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal

   d) Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan Z pada rumus distribusi normal

   e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Succesive Interval*.

$$\textbf{Means of Interval} = \frac{\textit{Density of lower limits} \quad \textit{Density ofUpper limits}}{\textit{Area Under Upper limits} \quad \textit{Area Under Lowerr limits}}$$

Means of Interval : Rata-rata Interval

Density of lower limits : Kepadatan batas bawah

Density of Upper limits : Kepadatan batas atas

Area Under Upper limits : Daerah di bawah batas atas

Area Under Lowerr limits : Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan mengunakan rumus :

Nilai Transformasi = Nilai skala + [Nilai Skala Minimum]+ 1

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada regresi, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik sebelumnya. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan *Multiple Linear Regression* sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Beberapa asumsi itu diantaranya :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Menurut Suliyanto (2005:63) “Pengujian untuk mengetahui residual yang akan diteliti berdistribusi normal atau tidak”

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal”.

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS. Menurut Singgih Santosa (2007:322) Dasar pengambilan keputusan :

a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas”.

Normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regressi, apabila model regressi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regressi diturunkan dari distribusi normal. Pada penelitian ini digunakan uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas model regressi.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan yang linear diantara beberapa variabel independen yang dirancang sebagai penduga.

Semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin besar pula. Jika nilai *sig. correlations* > *alpha* (0,005) maka tidak terdapat hubungan yang linear diantara variabel independen yang ada pada model, sehingga kekhawatiran akibat multikolinearitas dapat dihindari.

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi. Jika terdapat Multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai variance inflation factors (VIF) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama/simetrik atau tidak sama/tidak simetrik untuk semua pengamatan. Jika nilai *sig. correlations* > *alpha* (0,005) maka tidak ada hubungan yang simetrik antara variabel yang menjelaskandan nilai mutlak dari residualnya.

Heteroskedastisitas merupakan indikasi bahwa varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Untuk menguji apakah varian dari residual homogen atau tidak digunakan uji korelasi *rank Spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual(error). Apabila koefisien korelasi dari variabel bebas

ada yang signifikan pada tingkat kekeliruan 5%, mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

Setelah uji asumsi klasik dilakukan dan sudah memenuhi syarat maka dapat dilanjutkan dengan pengujian terhadap hasil dari analisis regresi yang meliputi :

1. Regresi Linier Berganda

Penjelasan garis regresi menurut Andi Supangat (2007:352) yaitu :

"Garis regresi (*regression line/line of the bst fit/estimating line*) adalah suatu garis yang ditarik di antara titik-titik (*scatter diagram*) sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya)".

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan seberapa besar dampak penerapan pengaruh citra perusahaan dan factor social terhadap keputusan penggunaan jasa pada Baraya travel Jl Surapati no 119 Bandung

Analisi regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator.Analisis ini digunakan dengan melibatkan variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1 dan X2). Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2}$$

Sumber : Sugiyono (2009:192)

Dimana :
Y = variabel terikat (efektivitas kerja)
A = bilangan konstanta
b_1b_2 = koefisien arah garis
X_1 = variabel bebas (mutasi karyawan)
X_2 = variabel bebas (penempatan kerja)

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan).

Menurut Sujana (1989:152) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan Y, dengan menggunakan pendekatan koefisien Pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n\,(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Y)}{\sqrt{\{\, n\,(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2 \,\}\{\, n\,(\sum Yi^2) - (\sum Yi)^2}}$$

Besarnya koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq 1$:

a. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif

b. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif

Interpretasi dari nilai korelasi :

a. Kalau r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
b. Kalau r = +1 atau mendekati +1, maka hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5 dibawah ini :

Tabel 3.9
Tingkat Keeratan Korelasi

Interval	Tingkat Keeratan
0 – 0.20	Sangat Rendah (Hampir Tidak Ada Hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi Lemah
0.41 – 0.60	Korelasi Sedang
0.61 – 0.80	Cukup Tinggi
0.81 - 1	Korelasi Tinggi

Sumber : Syahri Alhusin (2010:50)

3. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 x 100\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.4 Rancangan Uji Hopotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Citra perusahaan dan Faktor sosial tehadap Keputusan konsumen penggunaan jasa pada Baraya Travel Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi} / k}{JK_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Dimana :

JKresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (citra perusahaan dan faktor sosial) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keputusan konsumen penggunaan jasa) ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

H0 ; $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh citra perusahaan dan faktor sosial terhadap keputusan penggunaan jasa pada Baraya travel Jl Surapati No 119 Bandung.

H1 ; ρ 0, Terdapat pengaruh citra perusahaan dan faktor sosial terhadap keputusan penggunaan jasa pada Baraya travel Jl Surapati No 119 Bandung.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila Fhitung > dari Ftabel (α = 0,05)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

2 Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$thitung\left(x_{1,2}\right) = \frac{b_{1,2}}{se\left(b_{1,2}\right)}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_{1.}$ ρ= 0, Tidak terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung.

$H_{11.}$ ρ ≠ 0, Terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa pada Baraya Travel Jl Surapati No 119 Bandung

H_2. $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa pada Baraya travel Jl Surapati No 119 Bandung

H_{12}. $\rho \neq 0$, Terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa pada Baraya travel Jl Surapati No 119 Bandung

c. Kriteria pengujian

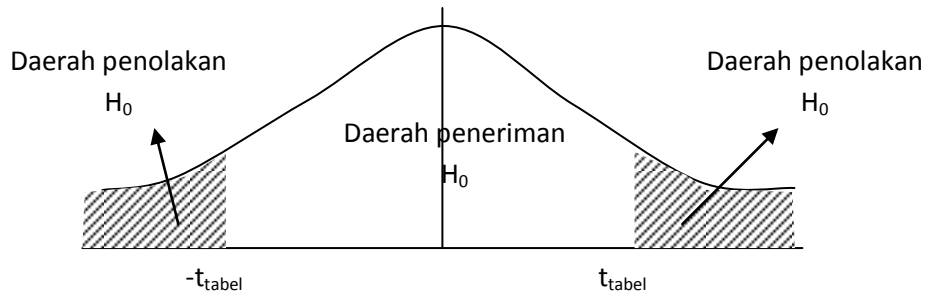
H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :

Sumber: Sugiyono (2009:185)



Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan Ho

3. Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan).

Kesimpulannya, Citra perusahaan dan Faktor sosial berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap keputusan konsumen penggunaan jasa. Tingkat signifikannya yaitu 5 % ($\alpha = 0{,}05$), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.