

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Produk sepeda motor Astra Honda Motor. Peneliti memilih tempat penelitian yaitu di bengkel resmi sepeda motor Honda Kelapa Gading karena, di tempat tersebut pengunjung yang datang sangat banyak sehingga dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang kompeten dan akurat. Selain itu, tempat penelitian dekat dengan tempat tinggal peneliti. Waktu penelitian yang digunakan oleh peneliti pada dilakukan dari bulan Oktober 2011.

3.1.1. Company Profile

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor, yang sahamnya secara mayoritas dimiliki oleh PT Astra International. Saat itu, PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (*completely knock down*). Status investasi yang dimiliki PT Astra Honda Motor (AHM) adalah PMA (Penanaman Modal Asing).

Kepemilikan saham yang dimiliki adalah 50% PT. Astra International Tbk dan 50% Honda Motor Co., Ltd. Kegiatan utama dari PT. Astra Honda Motor adalah sebagai agen tunggal pemegang merek, manufaktur, perakitan, dan distributor sepeda motor Honda. Jumlah karyawan yang dimiliki sampai tanggal 11 Januari 2010 sebanyak 16.611

karyawan dan telah memiliki referensi standar dari JIS (*Japan Industrial Standard*), SII (*Standar Industri Indonesia*), SNI (*Standar Nasional Indonesia*), HES (*Honda Engineering Standard*), ISO 9001, ISO 14001, ISO 17025, dan OHSAS 18001. PT. Astra Honda Motor memiliki beberapa cabang yang tersebar dan Indonesia selain itu tersebar pula pabrik Honda. Saat ini PT Astra Honda Motor memiliki tiga fasilitas pabrik perakitan, pabrik pertama berlokasi Sunter, Jakarta Utara yang juga berfungsi sebagai kantor pusat lalu memiliki beberapa pabrik antara lain pabrik ke dua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, serta pabrik ke tiga Jl. Raya Kalimantan Blok AA Kawasan Industri MM2100.

Dengan keseluruhan fasilitas ini PT Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi terpasang 3.500.000 unit/tahun untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang semakin meningkat. PT. Astra Honda Motor memproduksi beberapa tipe motor antara lain, tipe cub/bebek, tipe *sport*, dan tipe skutik. Pada tahun 2010 PT. Astra Honda Motor memiliki jumlah produksi 3.416.049 unit.

3.2 Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah desain konklusif. Desain konklusif adalah riset yang dirancang untuk membantu pembuatan keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, serta memilih rangkaian tindakan yang harus diambil dalam situasi apapun (Malhotra, 2009:90). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan kausal.

Metode deskriptif adalah satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan persepsi karakteristik produk atau fungsi pasar (Malhotra, 2009:93)., Metode penelitian deskriptif dalam penelitian ini meliputi survei, dan data sekunder.

Selain itu juga menggunakan metode kausal yaitu, satu jenis riset yang tujuan utamanya adalah mendapatkan bukti mengenai sebab-akibat (Malhotra, 2009:100). Menurut waktu penelitian, peneliti menggunakan *Cross sectional* atau lebih tepatnya *Single cross sectional* dalam penelitian ini. *Single cross section* adalah rancangan *cross sectional* dimana suatu sample responden diambil dari populasi sasaran dan informasi diperoleh dari sampel tersebut hanya satu kali (Malhotra, 2009:95)

3.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Kualitas Produk	
Dimensi	Indikator
<i>Performance</i> (kinerja)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin tetap bersuara halus saat kecepatan tinggi 2. Getaran motor tidak terasa pada kecepatan tinggi diatas 80km/jam 3. Daya tahan mesin tetap tangguh saat dikendarai
<i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kecacatan pada produk kecil 2. Kesesuaian standar penggunaan “spare part”
<i>Features</i> (fitur)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kunci pengaman (kunci roda) 2. Memiliki bagasi yang luas
<i>Reliability</i> (reliabilitas),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki tingkat kerusakan yang rendah pada produk 2. Produk memiliki ketahanan / daya guna yang cukup

	lama.
Aesthetics (estetika),	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki desain yang elegan dan unik 2. Mempunyai variasi warna yang menarik 3. Memiliki bentuk yang ramping.
<i>Perceived quality</i> (kesan kualitas)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki reputasi akan merek yang baik dan sudah dikenal dibandingkan dengan produk motor yang lain 2. Harga sesuai dengan kualitas
Variabel Kepuasan Konsumen	
Dimensi	Indikator
<i>Attributes related to products</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan jenis variasi produk yang ditawarkan
<i>Attributes Related to services</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garansi yang diberikan 1 tahun 2. Motor honda memfasilitasi bengkel Honda resmi yang tersebar diseluruh indonesia 3. Pelayanan yang diberikan terhadap keluhan konsumen Kemampuan menangani keluhan pelanggan.
<i>Attributes related to purchase</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan untuk mendapatkan brosur-brosur tentang produk motor Honda 2. Karyawan memberikan pelayanan yang sopan, ramah dan perhatian terhadap konsumen 3. Karyawan meyampaian informasi yang baik tentang produk Honda 4. Pelayanan yang telah sesuai dengan harapan konsumen
Variabel Loyalitas Konsumen	
Dimensi	Indikator
<i>Makes regular repeat purchases</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen bersedia melakukan pembelian selanjutnya. 2. Konsumen tidak pernah membeli motor selain produk motor Honda
<i>Purchases across product and service lines</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen bersedia membeli produk jenis lain dari produk motor Honda.
<i>Refer other</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen bersedia mereferensikan produk motor Honda kepada orang lain. 2. Konsumen bersedia memberikan informasi kepada tentang produk motor Honda jika ada yang menanyakan..
<i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen tidak akan terpengaruh akan produk pesaing lainnya walaupun harga yang ditawarkan lebih murah. 2. Konsumen menjadikan motor Honda sebagai pilihan utama dalam membeli motor.

Sumber : Data diolah oleh Peneliti

Skala yang dipakai adalah skala likert. Skala likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek stimulus. (Malhotra, 2006:298).

Dalam penelitian ini, *numeric* yang digunakan adalah antara 1 sampai dengan 5 dengan keterangan sebagai berikut :

Tabel 3.2

Bobot Nilai Pernyataan Kuisisioner

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
sangat tidak setuju	1
tidak setuju	2
cukup setuju	3
setuju	4
sangat setuju	5

Sumber : data diolah oleh peneliti

3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dua data yang berbeda, yaitu:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari para responden melalui kuesioner untuk mengetahui kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas. Data primer dapat dihasilkan dengan

menggunakan alat yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden dan juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien.

- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa data-data dalam bentuk naskah atau dokumen, antara lain sejarah dan profil perusahaan, data penjualan, dan data yang berkaitan dengan topik bahasan penelitian baik berasal dari media cetak maupun media elektronik.

3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2010:115). Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik sepeda motor Honda yang sedang melakukan perbaikan sepeda motor pada bengkel resmi sepeda motor Honda Kelapa Gading. Populasi yang diambil adalah Konsumen bengkel resmi Honda pada periode Februari 2011 sebanyak 230 konsumen. Jenis populasi yang dipakai adalah *finite*. Populasi *finite* yaitu populasi yang jumlahnya diketahui.

Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2009:364). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability*, metode *non probability*

adalah teknik *sampling* yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan *judgment* pribadi peneliti (Malhotra, 2009:371). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *convenience*, teknik *convenience* adalah sebuah teknik *sampling non probabilitas* yang berupaya memperoleh sampel elemen yang mudah, pemilihan unit *sampling* diserahkan terutama ke peneliti (Malhotra, 2009:372).

Adapun pemilihan kriteria sampel adalah pengunjung bengkel sepeda motor Honda yang menggunakan dan memiliki sepeda motor Honda. Teknis pengukuran sampel dari suatu populasi, menurut pendapat Slovin (Husein Umar, 2005: 146) yaitu:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misal 5% .

jika tingkat ketidaktelitian 5%, N = maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak :

$$n = \frac{230}{1 + 230 (0,05)^2}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{230}{1 + 230 (0,0025)} \\
&= \frac{230}{1 + 0,575} \\
&= \frac{230}{1,575} \\
&= 146,03 \Rightarrow n \text{ dibulatkan menjadi } 146 \text{ sampel}
\end{aligned}$$

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang akan di ukur (Dwi Priyatno, 2009:17). Adapun rumus korelasi yang digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut :

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[N \sum i^2 - (\sum i)^2] [N \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Dimana:

r_{ix} = Koefisien Korelasi item – total (*bivariate pearson*)

I = Skor item

x = Skor total

n = Banyaknya subjek

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05.

Kriteria pengujiannya sebagai berikut (Dwi Priyatno, 2009:17) :

- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Dimana nilai r_{tabel} sebesar 0,361 yaitu besaran jumlah sampel yang diuji coba sebanyak tiga puluh responden ($n = 30$) dengan $\alpha = 0,05$ untuk signifikan dua arah.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Dwi Priyatno, 2009:25).

Adapun rumus Uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha ,yaitu (Arikunto dalam Dwi Priyatno, 2009:25):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ^2 = Varian total

Kriteria uji reliabilitas adalah menggunakan teknik alpha Cronbach, dimana dikatakan reliabel bila suatu instrument memiliki koefisiensi keandalan atau alpha diatas 0,6.

3.6.2 Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Dwi Priyatno, 2009:28). Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Dalam uji ini akan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 (Dwi Priyatno, 2009:28).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Dwi Priyatno, 2009:36). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05 (Dwi Priyatno, 2009:36).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi (Dwi Priyatno, 2009:39). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso (2001) dalam Dwi Priyatno (2009:40), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, atau tidaknya penyimpangan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Dwi Priyatno, 2009:42). Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Park, yaitu meregresikan nilai residual ($Ln\epsilon_i^2$) dengan masing-masing variabel dependen (LnX_1 dan LnX_2) (Dwi Priyatno, 2009:43). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima bila $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti tidak terdapat heterokedasitas.

2. H_0 ditolak bila $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yang berarti terdapat heterokedasitas.

3.6.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y) (Dwi Priyatno, 2009:73). Analisis ini juga untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Dwi Priyatno, 2009:73). Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = konstanta

b = koefisien regresi (nilai peningkatan dan penurunan)

3.6.5 Uji Hipotesis

a) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Dwi Priyatno, 2009:81).

Nilai F dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Anderson 2002;630):

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sample

Dengan kriteria pengujian:

- a. H_0 ditolak jika F hitung > F tabel atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05
- b. H_0 diterima jika F hitung < F tabel atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

b) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dicari dengan rumus (Dwi Priyatno, 2009:65):.

$$t = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r : hasil koefisien *korelasi Product Moment*

n : jumlah data atau kasus

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Anderson 2002;633):

- a. Ho diterima jika $-t \alpha/2 \leq t \text{ hitung} \leq t \alpha/2$ atau nilai signifikan $> 0,05$.
- b. Ho ditolak jika $t \text{ hitung} > t \alpha/2$ atau $t \text{ hitung} < -t \alpha/2$ atau nilai signifikan $< 0,05$.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen (Anderson, 2002 : 551-555). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Rumus R^2 :

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan :

R^2 : koefisien determinasi

r_{yx_1} : korelasi sederhana (*product moment person*) antara x_1 dan y

r_{yx_2} : korelasi sederhana (*product moment person*) antara x_2 dan y

$r_{x_1x_2}$: korelasi sederhana (*product moment person*) antara x_1 dan x_2