

BAB III

METODE PENELITIAN dan GAMBARAN PERUSAHAAN

3.1 Gambaran Perusahaan

Yamaha memutuskan untuk beroperasi di Indonesia tanggal 6 Juli 1974. Investasi dalam fasilitas manufaktur dan fasilitas pendukung yang terus dikembangkan, antara lain :

- Fasilitas produksi seluas lebih dari 300.000 m² .
- Lebih dari 6000 teknisi dan Staff yang terlatih .
- Tiga jalur perakitan yang beroperasi selama 24 jam .
- Kapasitas produksi lebih dari 3.500 sepeda motor per hari .
- Dukungan fasilitas penunjang yang lengkap: Penelitian dan Pengembangan, pelatihan khusus, dan fasilitas penunjang modern
- Inventaris suku cadang yang besar dan lengkap.

Baik pengiriman melalui darat, laut, maupun udara, standar dan efisiensi yang tinggi diterapkan dalam kualitas pengemasan mereka. Sejak 1974 perusahaan ini telah memproduksi lebih dari 5.000.000 sepeda motor. Melalui jaringan lebih dari 800 Dealer, kami menyediakan dukungan pelayanan yang lengkap, termasuk jasa perawatan dan penyediaan suku cadang. Lebih dari 800 Dealer di seluruh Indonesia, layanan jasa perawatan dan suku cadang yang lengkap, dan lebih dari 140.000 jenis suku cadang.

YAMAHA di dunia adalah sebagai produsen sepeda motor dengan performa dan kualitas yang tinggi :

- Ekspor ke empat benua di seluruh dunia.
- Lebih dari 30 negara.
- CKD (*Completely Knock Down*).
- Suku cadang.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Berdasar dari hasil pengajuan kuisioner uji coba kepada 30 responden, berikut ditemukan pilihan-pilihan atribut variabel yang perlu menurut keinginan konsumen :

3.2.1 Variabel Motivasi

Kode	VARIABEL MOTIVASI
M1	Keamanan berkendara (<i>Safety</i>)
M2	Termasuk kendaraan yang ramah lingkungan (<i>Safety</i>)
M3	Desain yang menarik (<i>Belonginess</i>)
M4	Termasuk model keluaran terbaru (<i>Belonginess</i>)
M5	Bukan tipe motor murahan (<i>Esteem</i>)
M6	Kemudahan suku cadang (<i>Safety</i>)

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh pengguna motor Yamaha Mio di lokasi dealer service Yamaha, yang terdapat dalam satu wilayah Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

1. Sampel dan tehnik pengambilan sampel :

Sampel adalah bagian dari populasi, atau dalam istilah lain disebut sebagai himpunan bagian atau subset dari populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu :

Judgemental sampling :

Yaitu sampel responden dari kategori yang terseleksi dengan kategori mendasar. Dalam penelitian kali ini dipilih dengan kategori berdasar “Gender dan Jenis Pekerjaan”.

Convenience sampling :

Yaitu pengambilan sampel responden dari sampel / orang / pelanggan yang memiliki Yamaha Mio dan mudah ditemui dilokasi dealer service Yamaha kabupaten Sleman, Yogyakarta. Melalui survey dan observasi, peneliti hanya akan mengunjungi 4 dealer resmi Yamaha yang masing-masingnya berada di daerah jalan Gejayan, Kaliurang, Adisucipto. dan jalan Magelang.

Menentukan Jumlah Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{z_{1/2\alpha}}{E} \right)^2$$

Dimana :

n = jumlah sampel yang akan diteliti

z = nilai z yang ditentukan oleh dugaan interval keyakinan

α = nilai signifikansi (alpha) yang digunakan

E = kesalahan maksimum yang diinginkan peneliti

Bahwa tujuan mengambil sampel adalah untuk menduga parameter populasi. Semakin tinggi interval keyakinan, semakin besar sampel yang dibutuhkan untuk memberikan tingkat ketepatan hasil penelitian tertentu (peneliti yang menetapkan).

Melihat hal ini, maka pendugaan interval yang ditetapkan peneliti adalah sebesar 0,95 (95%). Yang mana kemudian akan diperoleh nilai rata-rata hitung sebesar $0,95 / 2 = 0,4750$. Maka nilai z yang ditemukan pada tabel z adalah 1,96.

Untuk menetapkan Kesalahan Maksimum yang Ditolerir (E), yaitu dengan melihat pendugaan interval yang telah ditetapkan (95%), pada tingkat signifikansi yang digunakan (5%) dapat dikatakan bahwa 95% hasil dari pengambilan sampel adalah benar dan hasil yang signifikan adalah sama. Tahap ini mengasumsikan bahwa dari keseluruhan jumlah sampel (100%) yang akan diteliti memiliki kemungkinannya untuk terdapat kesalahan data. Maka dari itu, Kesalahan Maksimum yang Ditolerir harus ditentukan. Melalui keputusan subyektif, dalam hal ini peneliti menginginkan tingkat kesalahan dalam pengisian kuisioner yang mungkin terjadi tidak lebih dari 10% (0,1). Karena persentase kesalahan variasi data tidak diketahui, maka digunakan nilai yang tertinggi, yaitu : $(0,5)(0,5) = 0,25$ (1/4).

Berdasar penjelasan dan penghitungan menggunakan rumus diatas, maka jumlah yang akan disampel (n) sekarang berjumlah sekitar :

$$\begin{aligned}
 z_{1/2 \alpha} &= 1,96 \\
 E &= 0,1 \\
 n &= 0,25 (1,96 / 0,1)^2 \\
 &= 0,25 (19,6)^2 \\
 &= 0,25 \times 384,16 \\
 n &= 96,04 \text{ dibulatkan} \\
 &\text{menjadi } \mathbf{96 \text{ responden}}
 \end{aligned}$$

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan :


Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah Data Primer, yaitu data yang diperoleh peneliti melalui penelitian secara langsung pada konsumen di wilayah Sleman, Yogyakarta. Yang mana dalam hal ini menggunakan metode pengajuan kuisisioner (angket) tipe tertutup untuk responden yang terdiri dari:

1. Kuisisioner data pelanggan dan Kategori berdasar Gender dan Jenis Pekerjaan
2. Kuisisioner variabel Motivasi Konsumen

Data yang akan didapat adalah suatu hasil bentuk data Interval yaitu data yang sudah dapat digunakan untuk menunjukkan tingkatan, jarak, atau interval antar tingkatan yang sudah pasti, tetapi belum memiliki nilai 0 (nol) yang mutlak.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk masing-masing variabelnya menggunakan skala likert yaitu:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Variabel

<i>VARIABEL</i>	<i>SKALA PENGUKURAN</i>
Motivasi Konsumen	<u>Skala Semantik Diferensial :</u>
	<p>Sangat Tdk Setuju Sangat Setuju</p> <p align="center"> STS TS CS S SS  </p> <p> SKOR = 1 SKOR = 2 SKOR = 3 SKOR = 4 SKOR = 5 </p>

3.5 Uji Data

Uji Data diperlukan sebagai penelitian pendahuluan adalah berguna untuk mengetahui sejauh manakah model penelitian yang akan dilakukan memiliki kecermatan penilaian dan kontens yang bisa dipercaya sebagai tolak ukur suatu pengambilan keputusan. Data yang berkesimpulan tidak valid dan reliabel pada suatu model penelitian akan berpengaruh pada keakuratan hasil penelitian lanjutannya. Dua tipe pengujiannya adalah sebagai berikut :

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengertian *valid* tidaknya suatu alat ukur tergantung kemampuan alat tersebut untuk mengukur objek yang diukur dengan cermat dan tepat (Suliyanto, 2005). Sebuah test dikatakan *valid* jika test tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Langkah awal yang akan dilakukan adalah dengan menguji validitas atribut pertanyaan, dimana uji validitas dapat juga disebut dengan uji

kesahihan butir (Teguh W., 2004). Suatu instrumen / atribut yang dimaksud untuk mengukur variabel kepuasan konsumen dan kemudian memang menghasilkan informasi tentang kepuasan konsumen, maka dikatakan alat ukur tersebut memiliki validitas yang tinggi. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe analisis butir yaitu dengan cara mengkorelasikan skor pada butir (x) dengan skor total butirnya (y). Jika skor butir (x) memiliki korelasi positif yang signifikan, berarti butir tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut.

Kriteria pengujian uji validitas :

- Jika koefisien korelasi *product moment* $> r_{\text{tabel}} (\alpha ; n-2)$, maka dapat dikatakan atribut pertanyaan tersebut dianggap *valid*.
- atau jika nilai Sig. $\leq \alpha$.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya sebagai data yang reliabel. Jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama , pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik (Suliyanto, 2005). Peneliti melakukan pengujian pertanyaan uji coba kepada sedikitnya 30 responden, untuk mengetahui apakah variabel-variabel pertanyaan yang ada pada model penelitian (gambar 2.1) memang cukup reliabel untuk dikemukakan. Yang mana sebagai garis besarnya dalam hal ini adalah variabel pertanyaan tentang Motivasi, dalam pembelian sepeda motor mio. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengujian reliabilitas

internal (*internal consistency*), yaitu diperoleh dengan menganalisis data dari satu kali pengetesan.

Kriteria Pengujian :

Jika nilai $alpha > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa variabel – variabel yang dipertanyakan berkeadaan reliabel (Suliyanto, 2005).

3.6 Teknik Analisis

1. Teknik analisis yang digunakan adalah :

Teknik analisis deskriptif , yaitu analisis dengan merinci, menjelaskan secara panjang lebar, ringkas dan informatif keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data akan dicantumkan dalam bentuk tabel dan analisis didasarkan pada data di tabel tersebut. Tulis dan deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis motivasi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Analisis ini didasarkan pada nilai rata-rata variabel yang dihitung dengan rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{N}$$

\bar{x} = rata-rata skor motivasi

$\sum x_i$ = jumlah skor variabel

N = jumlah responden