

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi studi kasus dari penelitian ini berada di bengkel AHASS Mitra Pratama di Jalan Raya Krangkungan No.17 A, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Karena penulis akan dapat melihat sumber permasalahan yang ada dilokasi, sehingga dengan penelitian ini penulis berharap dapat memberikan sebuah solusi dan saran dari permasalahan tersebut.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah para pelanggan atau konsumen dari bengkel Honda AHASS Mitra Pratama.

3.2.2 Sampel

Menurut Ferdinand (2006) sampel merupakan subyek dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan

convenience sampling dikarenakan seseorang diambil sebagai sampel dikarenakan kebetulan responden tersebut berada di lokasi penelitian yaitu di dealer AHASS Mitra Pratama atau peneliti mengetahui responden tersebut pernah menjadi konsumen dari dealer tersebut. Peneliti melakukan penentuan jumlah minimal sampel dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006) :

$$\begin{aligned}n &= (25 \times \text{variabel penelitian}) \\ &= 25 \times 4 \text{ variabel penelitian} \\ &= 100 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Dari perhitungan rumus tersebut bisa ditentukan 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini.

Peneliti menggunakan rumus diatas dalam penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dikarenakan peneliti menganggap jumlah populasi yang dituju sangat terlalu besar dan dengan jumlah berubah-ubah. Dan menurut teori *Roscoe* memberikan sebuah *rule of thumbs* mengenai ukuran sampel dalam sebuah penelitian yaitu lebih dari (>) 30 dan kurang dari <500 adalah hasil yang tepat untuk semua riset dan penelitian. (Sugiyono, 2012).

3.3 Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah konsumen yang memiliki kendaraan roda dua (sepeda motor) Honda atau pelanggan setia Bengkel

AHASS Mitra Pratama di Wilayah Kabupaten Sleman. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah evaluasi kinerja dari dealer AHASS Mitra Pratama di Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.4 Definisi Tentang Variabel Operasional

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:161) berpendapat variabel merupakan sebuah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik target perhatian atau penelitian. Dari beberapa para ahli-ahli berpendapat mengenai definisi operasional variabel atau Variabel Operasional, diantaranya berpendapat bahwa definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi) sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka sehingga dapat diuji kembali oleh orang lain (Ahmadi dan Narbuko 2009:61). Sedangkan argumen dari para ahli-ahli lain bahwa, variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau dikaji dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2010:38).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan empat variabel penelitian yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan Dealer

Menurut Tjiptono (2004), pelayanan adalah merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen serta

ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, dikutip dalam penelitian Oldy Ardhana (2010).

2. Fasilitas

Menurut Kotler (2009), fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen, dikutip dalam penelitian Agung Winardi (2016).

3. Lingkungan Bisnis

Pengertian Lingkungan bisnis merupakan persepsi pemilik usaha atau bisnis tentang kedekatan lokasi usaha jasanya dengan bisnis atau usaha produk atau jasa lain, dekat dengan calon konsumen, kedekatan dengan para pesaing usaha lainnya, tersedianya peralatan atau perlengkapan produksi, dan kedekatan dengan penyedia (*supplier*) Menurut Azizah Pratiwi (2010).

4. Harga

Menurut Tjiptono (1999) harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau sejumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. dikutip dalam penelitian Oldy Ardhana (2010).

Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan oleh penulis rata-rata dalam evaluasi kinerja dealer harus berdasarkan indikator-indikator yang ada pada variabel-variabel penelitian tersebut.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui :

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung didapatkan dari sumber data pertama yang ada di lokasi penelitian menurut (Bungin, 2005:132), dan penggunaan data Primer yang ada di dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

a. Penyebaran Kuesioner (Angket)

Angket atau kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang bersifat tertulis kepada calon atau target responden untuk dijawabnya. (Sugiono, 2011). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan (kuesioner) yang dibuat oleh penulis berdasarkan variabel-variabel yang diperoleh melalui tinjauan penelitian terdahulu, dalam penelitian ini tentang evaluasi kinerja dealer Honda berdasarkan persepsi konsumen (studi kasus di bengkel Honda Ahass Mitra Pratama Angga Jaya Sleman).

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang kita butuhkan menurut (Bungin, 2005:132), dan penggunaan data sekunder dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara :

a. Studi Kepustakaan

Data kepustakaan yaitu dengan menelusuri dan mengkaji berbagai peraturan perundang-perundangan atau alternatif yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

3.6 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran adalah suatu alat atau mekanisme yang dapat digunakan untuk membedakan individual-individual ke dalam variabel-variabel yang akan digunakan di dalam riset, menurut Jogiyanto (2004:64). Pengukuran variabel yang akan diteliti yaitu menggunakan *skala ordinal*, menurut Noor (2011:126) *skala ordinal* adalah skala yang memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu. Untuk penentuan jawaban kusioner dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Skala Likert*, *skala Likert* yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2010). Adapun penentuan skor tiap jawaban dari setiap pernyataan yang berasal dari kuesioner di dalam penelitian ini mempunyai gradasi dari sangat setuju hingga sampai sangat tidak setuju. Seperti penjelasan pada tabel 3.1 di bawah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Jumlah Point atau *Score* Alternatif jawaban (skoring)

Alternatif Jawaban	<i>Score</i> Alternatif Jawaban
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh penulis dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Arikunto, 1998). Di dalam sebuah penelitian uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai (r) hitung dengan (r) tabel untuk tingkat signifikansi 5% (*percent*) atau 0,05 dari rumus *degree of freedom* [(df) = $n-2$], n merupakan jumlah sampel. Apabila jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan atau indikator penelitian tersebut dinyatakan valid, dan demikian dengan sebaliknya apabila r hitung $<$ r tabel maka pernyataan atau indikator penelitian tersebut dinyatakan tidak valid menurut Imam Ghozali (2013).

2. Uji Realibilitas

Uji reabilitas merupakan alat untuk mengetahui suatu kondisi atau semakin tinggi tingkat realibilitas suatu kuesioner, apabila semakin stabil alat tersebut digunakan untuk melakukan penelitian. Kuesioner dikatakan realibel apabila jika dapat menghasilkan data yang sama atau hanya sedikit Perubahan (Variasi) jika digunakan untuk dasar pengukuran berulang-ulang dalam suatu kondisi yang sama. Ketentuan dikatakan realibel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih $> 0,60$. menurut Imam Ghazali (2013).

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data dapat diartikan sebagai suatu kegiatan mempelajari karakteristik, pola, pengaruh atau hubungan yang sering terjadi pada suatu fenomena atau gejala yang telah, sedang atau akan terjadi. Menurut Rangkuti (2005). Maka penulis akan menggunakan beberapa analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data, Junaidi (2014). Dengan kata lain, dalam penelitian ini membahas hasil-hasil penelitian pengolahan data yang berketerkaitan dengan indikator-indikator yang ada didalam

penelitian ini dengan cara menjelaskan dan memerinci secara lengkap dalam bentuk kalimat.

3.9.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan sebuah proses data-data yang berupa bilangan angka sebagai alat untuk menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama tentang apa yang sudah di teliti, menurut Kasiram (2008) dikutip dari DosenSosiologi.com (2018). Dan analisis Kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa bilangan angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan apa yang ingin diketahui, menurut Kasiram (2008:149) dalam Bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dikutip dari Anwar Hidayat (2012).