

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan mengambil lokasi penelitian di Kabupaten Sleman Yogyakarta, dengan mengambil sampel di rumah tangga konsumen pemilik mobil Toyota Kijang.

3.2 Gambaran Umum Perusahaan Toyota

3.2.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT. Toyota Astra Motor didirikan pada tahun 1971 yang merupakan perusahaan joint venture antara PT. Astra International Tbk (saham 51%) dengan Toyota Motor Corporation (saham 49%), Jepang. Selama 30 tahun, PT. Toyota Astra Motor telah memainkan peranan penting dalam pengembangan industri otomotif di Indonesia serta membuka lapangan pekerjaan termasuk dalam industri pendukungnya. Saat ini, PT. Toyota Astra Motor telah memiliki pabrik produksi seperti Stamping, Casting, Engine dan Assembly di area industri Sunter, Jakarta.

Untuk meningkatkan kualitas produk dan kemampuan produksi, Pabrik Karawang, yang menggunakan teknologi terbaru di Indonesia, telah selesai dibangun pada tahun 1998 berikut sistem manajemen kualitas dan lingkungan. Toyota Astra Motor juga telah mencatat keberhasilan dalam membangun jaringan penjualan dan purna jual di seluruh Indonesia.

Terdiri dari 5 main dealer dan 75 dealer yang mengoperasikan 142 outlet penjualan dan 101 outlet purna jual. Dengan jaringan yang sangat luas ini, Toyota Astra Motor berhasil meraih sukses penjualan terbanyak dalam industri otomotif dalam beberapa tahun terakhir ini. Sebagai contoh, pada tahun 2000, Toyota Astra Motor berhasil menjual 90.148 unit mobil, dengan peningkatan market share dari 28,8% menjadi 30,2% dibanding tahun sebelumnya.

Toyota Astra Motor juga memelopori program ekspor komponen otomotif dan kendaraan CBU ke berbagai negara berkembang. Sejak tahun 1986, lebih dari 200.000 unit kijing CBU juga CKD telah diekspor ke Brunei Darussalam, Malaysia, Philippina, Taiwan, Thailand, Afrika Selatan, dan Papua New Guinea. Terhitung sejak 15 Juli 2003, Toyota Astra Motor berubah menjadi PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dan didirikan PT. Toyota Astra Motor sebagai distributor.

3.2.2 Perkembangan Produk Toyota Kijing

KIJANG Generasi 1 (1977 – 1980)

Diperkenalkan pertama kali pada 9 Juni 1977 dalam bentuk yang sangat sederhana. Pickup kotak berpintu setengah, dengan jendela samping terbuat dari terpal dan plastik, serta engsel pintu yang tampak dari luar. Varian ini lebih dikenal dengan Kijing “Buaya” karena kap mesin yang dapat dibuka hingga ke samping. Generasi dengan kode KF10 ini menggunakan mesin tipe 3K berkapasitas 1200cc dan transmisi

4 percepatan. Selama peluncurannya, angka penjualannya mencapai 26.806 unit.

KIJANG Generasi 2 (1981 – 1986)

Pada September 1981, generasi kedua dengan kode KF20 dirilis di pasaran. Meskipun banyak kemiripannya dengan generasi 1, varian ke 2 ini lebih dikenal dengan Kijang “Doyok”. Perubahan cukup banyak, seperti letak engsel pintu yang tersembunyi, kap mesin hanya membuka di bagian atas moncong, serta grill juga permukaan pintu sama dengan bodi. Menggunakan mesin 4K berkapasitas 1300cc.

Pada tahun 1982, generasi kedua ini mengalami penyempurnaan dengan penambahan kunci pintu kanan. Tahun 1983, transmisi dan differentialnya disempurnakan, dan dilakukan penambahan booster untuk sistem pengereman. Grill dan bumper bagian depan diubah dengan tampilan yang lebih menarik. Pada Desember 1985, PT. Toyota Astra Motor meluncurkan Kijang mesin 5K yang berkapasitas 1.500cc dengan konsumsi bahan bakar lebih hemat 5% dibanding tipe sebelumnya. Selama 5 tahun keberadaannya ini, generasi kedua cukup mendapat respon positif dari pasar dengan penjualan mencapai 101.668 unit.

KIJANG Generasi 3 (1986-1996)

Generasi ini dibagi menjadi 2 periode besar, yaitu Kijang Super (1986-1992) dan Kijang Grand (1992-1996). Dengan perubahan total pada eksteriornya, pada November 1986, generasi ketiga mulai diperkenalkan. Mulai generasi ini telah digunakan teknologi full pressed body, dan

diperkenalkan pula chasis pendek (KF40) dan chasis panjang (KF50), dengan konstruksi chasis yang mengalami perbaikan. Sistem re-circulating ball dan penggunaan variabel gear ratio pada sistem kemudinya untuk meningkatkan kenyamanan dalam berkendara, selain penggunaan suspensi double wishbone dan pegas batang torsi pada bagian depan dan over axle pada bagian belakang. Penggunaan rem cakram juga mulai diperkenalkan pada generasi ketiga ini.

Teknologi Advance Super Response Engine (ASRE) diadopsi untuk menyempurnakan sistem pasokan bahan bakar, sehingga terjadi peningkatan performa dari 61 ps menjadi 63 ps. Sistem kemudi rack & pinion mulai diperkenalkan pada tahun 1991 dan dilakukan penyempurnaan pada per belakang dan as kopel tipe 3 sambungan pada chasis panjang untuk mengurangi getaran.

Generasi Kijang Grand diluncurkan pada Agustus 1992, dengan teknologi TOYOTA Original Body yaitu proses pembuatan body menggunakan mesin press berkekuatan 1500 ton dan metode las titik (spot welding) sehingga kualitas bodynya dapat dikatakan setara dengan sedan. Perubahan lainnya pada rangkaian lampu depan, grill dan bumper depan belakang untuk bagian eksterior, dashboard pada bagian interior, AC double blower, dan posisi tangki bahan bakar disebelah kiri serta penggunaan power steering untuk kenyamanan kemudinya.

Meski masih menggunakan mesin tipe 5K, namun penyempurnaan pada kijang Grand ini telah dilakukan pada karburator, intake dan exhaust manifold, sehingga dapat meningkatkan tenaganya hingga 72 ps.

Pada tahun 1995, setahun sebelum berakhirnya generasi ini diluncurkan Kijang KF42 dan KF52 dengan mesin 7K. Hingga digantikan generasi yang lebih baru, generasi ketiga ini berhasil membukukan penjualan sebanyak 492.123 unit.

Kijang Generasi 4 (1997 – 2004)

Bulan Januari 1997, PT. Toyota Astra Motor kembali meluncurkan Kijang generasi ke empat. Pada generasi ini bentuk body mengalami perubahan total dibanding generasi sebelumnya. Tampil lebih aerodinamis dengan lekukan lebih halus sehingga lebih sering disebut “Kijang Kapsul”. Kijang dengan kode KF70 dan KF80 ini juga mengalami perubahan konfigurasi tempat duduk bagian belakang. Untuk chassis long tipe Deluxe dan Grand, tempat duduk bagian belakang menghadap ke depan dan dapat dilipat. Dashboard juga mengalami perubahan.

Mesin 7K (80ps) dengan transmisi 4-speed dan 5speed, serta transmisi otomatis bagi pengemudi yang tidak ingin cepat lelah dalam berkendara. Dua bulan kemudian diluncurkan pula variasi yang serupa dengan mesin Diesel berkode LF70 dan LF80.

Pada September 2000, diluncurkan teknologi mesin EFI (Electronic Fuel Injections) yang diterapkan pada tipe Krista dan LGX. Dengan mesin 1RZ-E ini, Kijang semakin bertenaga (97ps) dan sejak

diluncurkan hingga akhir kuartal pertama tahun 2002, penjualan generasi keempat ini mencapai angka 269.226 unit.

Kijang Generasi 5 (2005 – sekarang)

Lebih dikenal sebagai Kijang “Innova” karena benar-benar mengalami revolusi dan inovasi di hampir keseluruhan bagian mobil. Body mobil lebih lebar dengan bentuk bulat telur. Selain itu juga dilakukan inovasi pada bagian suspensi dan interiornya. Kursi belakang dilipat disamping, dan lubang/ fan AC tersedia hingga di atas kursi penumpang paling belakang. Pada generasi ini, Toyota Kijang benar-benar ingin memanjakan penumpangnya. Alhasil, melalui produknya ini, Toyota semakin berani bersanding dengan kompetitornya, Honda.

3.3 Gambaran Umum Kabupaten Sleman

Kabupaten Sleman merupakan salah satu dari lima daerah kabupaten/ kota di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak Kabupaten Sleman berada pada 7° 34' 51" - 7° 47' 03" Lintang Selatan dan 107° 15' 03" - 100° 29' 30" Bujur Timur. Kabupaten Sleman berbatasan dengan :

- Sebelah Utara Kabupaten Magelang
- Sebelah Timur Kabupaten Klaten
- Sebelah Selatan Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta
- Sebelah Barat Kabupaten Kulon Progo

Secara administratif Kabupaten Sleman dibagi dalam 17 Kecamatan, 86 Desa, dan 1212 Dusun dengan luas wilayah seluruhnya 574,82 km². Adapun dengan pembagian wilayah administratif dan luasan Kabupaten Sleman adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pembagian Wilayah Administratif dan Luasan Kabupaten Sleman

	Kecamatan	Luas area (km ²)	Desa	Presentase dari luas Kabupaten
1	Moyudan	27,62	4	4,8 %
2	Minggir	27,27	5	4,7 %
3	Seyegan	26,63	5	4,6 %
4	Godean	26,84	7	4,7 %
5	Gamping	29,25	5	5,1 %
6	Mlati	28,52	5	5,0 %
7	Depok	35,55	3	6,2 %
8	Berbah	22,99	4	4,0 %
9	Prambanan	41,35	6	7,2 %
10	Kalasan	36,84	4	6,2 %
11	Ngemplak	35,71	5	6,2 %
12	Ngaglik	38,52	6	6,7 %
13	Sleman	31,32	5	5,4 %
14	Tempel	32,49	8	5,7 %
15	Turi	43,09	4	7,5 %
16	Pakem	43,84	5	7,5 %
17	Cangkringan	47,99	5	8,3 %
		574,82	86	100 %

Laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Sleman antara tahun 1990–2000 menunjukkan angka tertinggi dibandingkan kota/ kabupaten lain di Propinsi DIY, yaitu sebesar 1,45%. Pertumbuhan penduduk tertinggi terutama terdapat di kecamatan-kecamatan yang berbatasan

dengan wilayah Kota Yogyakarta, yakni kecamatan Depok, Gamping, Mlati, dan Ngaglik, sebagai implikasi dari aktivitas perkotaan Kota Yogyakarta yang antara lain ditandai dengan pemekaran pemukiman baru.

Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sleman pada periode 1993-1997 sebesar 7,01%, sedangkan pada tahun 1998 – 2000 sebesar 2,67% yang diakibatkan krisis ekonomi. Sektor yang paling banyak memberikan kontribusi ekonomi Kabupaten Sleman adalah sektor perdagangan, hotel, restoran, dan sektor jasa seperti pendidikan.

3.4 Gambaran Umum Kendaraan Bermotor Yang Beredar di Kabupaten Sleman.

Tabel 3.4
Data Kendaraan Bermotor di Kabupaten Sleman

Jenis	Tahun 2003	Tahun 2004	Tahun 2005
Mobil Penumpang	30.232	32.687	33.910
Mobil Beban	8.790	9.229	9.731
Bus	2.266	2.572	4.656
Sepeda Motor	229.371	251.048	294.236

Sumber : Polres Sleman

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa selama kurun waktu 3 tahun terakhir, jumlah kendaraan bermotor di kabupaten Sleman mengalami peningkatan cukup pesat termasuk untuk jenis kendaraan penumpang. Untuk jenis kendaraan penumpang dalam hal ini sedan, jeep,

dan minibus pada tahun 2003 berjumlah 30.232 unit, kemudian meningkat di tahun 2004 menjadi 32.687 unit dan pada tahun 2005 berjumlah 33.910 unit. Sedangkan untuk kendaraan beban seperti pick up dan truck pada tahun 2003 berjumlah 8.790 unit, meningkat di tahun 2004 menjadi 9.229 unit dan pada tahun 2005 berjumlah 9.731 unit. Angka ini menunjukkan bahwa kabupaten Sleman mengalami kemajuan yang cukup pesat terutama di bidang transportasi yang sangat mendukung hal tersebut.

3.5 Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian yang diteliti adalah:

- a. Produk, yaitu item yang dihasilkan oleh pabrikan Toyota dan memiliki nilai baik bagi perusahaan maupun konsumen yang dituju yang dapat memberikan manfaat dan memenuhi keinginan/kebutuhan baik perusahaan maupun konsumen.
- b. Harga, yaitu nilai suatu barang / jasa yang ditentukan dengan uang. Dalam hal ini adalah penilaian konsumen terhadap harga kendaraan mobil Toyota Kijang, bagi dirinya baik dari segi harga beli, investasi atau purna jual jualnya.
- c. Pelayanan, merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh segenap staf dan karyawan Toyota dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang berkunjung ke dealer/ showroom, bengkel maupun counter resmi Toyota.
- d. Ikatan emosional, merupakan suatu kondisi kejiwaan (perasaan) seseorang yang merasa tidak terpuaskan apabila belum

mengonsumsi produk tertentu walaupun telah/ pernah mengonsumsi produk lain yang sejenis. Kondisi ini akan mendorong orang tersebut untuk mencari dan mendapatkan produk yang biasanya ia gunakan untuk memuaskan kebutuhan/ keinginannya.

- e. Distribusi, merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Toyota selaku produsen kendaraan bermotor untuk dapat menyampaikan produknya hingga ke konsumen/ pasar yang dituju melalui saluran distribusi yang dimiliki/ diciptakannya.
- f. Citra, yaitu suatu kepercayaan yang ditanamkan di benak konsumen tentang nilai-nilai kebaikan.
- g. Referensi, yakni sumber referensi yang diperoleh konsumen untuk membeli/ menggunakan/ memanfaatkan suatu produk, dalam hal ini mobil Toyota Kijang.

3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer :

Data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya yaitu responden pemilik kendaraan bermotor Toyota Kijang.

b. Data Sekunder :

Data yang berasal dari pihak kedua seperti Kantor/ Biro Statistik, Kepolisian, maupun pihak/ instansi yang dapat mendukung penelitian ini.

3.7 Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis bermaksud mengumpulkan data dengan menggunakan beberapa metode, antara lain:

a. Kuesioner

Yaitu dengan membuat suatu daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden untuk memperoleh data yang berupa jawaban yang akan dianalisis. Bentuk kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert yakni skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Dalam penelitian ini digunakan skala 4 tingkat Likert yang terdiri dari pernyataan sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk skor jawabannya adalah sebagai berikut :

- a. Jawaban Sangat Setuju diberi bobot = 4
- b. Jawaban Setuju diberi bobot = 3
- c. Jawaban Tidak Setuju diberi bobot = 2
- d. Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi bobot = 1

Sedangkan untuk memperoleh data yang valid dan reliabel melalui instrumen penelitian tersebut, dilakukan pengujian :

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Model korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas menggunakan rumus *Pearson Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sedangkan pengoperasian uji validitas dapat pula dilakukan dengan menggunakan program aplikasi *SPSS 11.5*.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu alat pengukur sering diartikan juga sebagai keajegan (*consistency*) dari alat ukur tersebut. Hal ini berarti bahwa suatu alat ukur memiliki reliabilitas sempurna apabila hasil pengukuran diujikan berkali-kali terhadap subyek yang sama selalu menunjukkan hasil atau skor yang sama.

Untuk melakukan uji reliabilitas pada kuesioner / instrumen pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini, melalui menu *Reliability Analysis* pada program aplikasi *SPSS 11.5*. Sedangkan kriteria penentuan reliabel tidaknya instrumen penelitian tersebut di gunakanlah metode *Alpha Cronbach*.

b. Observasi

Pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan yang dapat dilakukan melalui wawancara dengan berbagai pihak yang bersangkutan dengan data yang dibutuhkan.

3.8 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diduga. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh responden di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang membeli mobil Toyota Kijang.

2. Sampel

Merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini digunakan teknik *judgement sampling* yaitu dengan mengambil sampel berdasarkan karakteristik tertentu sesuai dengan hasil penelitian yang hendak dicapai. Karena jumlah populasinya tidak diketahui maka pengambilan jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut (Algifari. hlm 36) :

$$E = Z_{\frac{1}{2}\alpha} \cdot \frac{S}{\sqrt{n}}$$

$$\sqrt{n}$$

Dengan :

- n : banyaknya sampel yang diduga
- $Z^{1/2}\alpha$: batas interval keyakinan.
- S : standar deviasi sampel
- E : besar deviasi/error atau tingkat kesalahan estimasi.

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, $Z^{1/2}\alpha = 1,96$, standar deviasi sebesar 0,5 dan tingkat kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) tidak lebih dari 10 % maka :

$$0,1 = 1,96 \cdot \frac{0,5}{\sqrt{n}}$$

$$0,1 = \frac{0,98}{\sqrt{n}}$$

$$\sqrt{n} = \frac{0,98}{0,1}$$

$$\sqrt{n} = 9,8$$

$$n = (9,8)^2$$

$$n = 96,04 \rightarrow \text{pembulatan angka menjadi } 100.$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel adalah 100 responden.

3.9 Teknik Analisis

1. Analisis Deskriptif, yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis didasarkan pada data di tabel tersebut.
2. Analisis Statistika, yaitu analisis dengan menggunakan teknik statistika guna membuktikan hipotesis penelitian. Adapun teknik statistika yang digunakan yaitu :

Analisis Faktor

Analisis Faktor pada prinsipnya digunakan untuk mereduksi data, yaitu proses untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai faktor. (Singih Santoso & Fandy Tjiptono, 2004, Hlm.248). Maupun menjelaskan hubungan di antara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor. Analisis faktor dilakukan untuk mengetahui dari beberapa faktor yang dianalisis akan diketahui faktor apa saja yang berpengaruh dan meminimalisir jumlah faktor tersebut sehingga dapat membantu manajemen dalam menentukan strategi pemasaran.

Adapun model dasar analisis faktor dapat dijelaskan melalui model persamaan berikut (Sri Rahayu, 2005, Hlm.211):

$$X_{px1} - \mu_{px1} = L_{pxn}F_{np1} + \epsilon_{px1}$$

Dengan :

μ_1 = rata-rata dari variabel ke 1

ϵ_1 = faktor spesifik ke-I (error ke-I)

I_{ij} = loading faktor variabel ke_I pada faktor ke-j

F_j = common faktor ke-j

L = matrik faktor loading

J = matrik faktor loading

I = 1,2,3,.....,p

J = 1,2,3,.....,p

Untuk membantu dalam melakukan analisis faktor ini, digunakanlah program aplikasi SPSS ver 11.5 demi kemudahan dan ketepatan perhitungannya.

