

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survey, hal ini jika kita melihat dari metode pengumpulan data yang akan dilakukan. Penelitian survey adalah pengumpulan informasi secara sistematis dari para responden dengan maksud untuk memahami dari/ atau meramal beberapa aspek perilaku dari populasi yang diamati. (Soehardi Sigit, 2001, hal. 179)

#### **3.2. Jenis Data yang Diperlukan**

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian sebagai berikut:

Jenis Data Yang Diperlukan

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, ada dua sumber yang dipergunakan yaitu:

##### **3.2.1. Data Primer**

Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung di Dealer Sepeda Motor Sanex PT. Tradindo Megah Lestari Solo dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh penulis.

### 3.2.2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, melainkan data yang sudah tersedia dan peneliti yang mengolahnya. Data ini dapat diperoleh melalui studi kepustakaan, berupa literatur, jurnal, majalah dan sebagainya sesuai topik penelitian. Penelitian direncanakan akan dilakukan selama satu bulan mulai bulan Februari sampai dengan bulan Maret atau selama terjadi transaksi jual beli sepeda motor Cina dan kegiatan servis sepeda motor Cina di PT. Tradindo Megah Lestari Solo.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah dengan mengadakan penelitian dari sejumlah masyarakat Solo yang membeli dan menggunakan sepeda motor merek Sanex di dealer sepeda motor Sanex PT. Tradindo Megah Lestari yang pada saat penelitian dilakukan sedang membeli sepeda motor merek Sanex maupun melakukan service sepeda motor merek Sanex yang dimilikinya. Penulis berharap akan mendapatkan data yang realistis sehingga dapat digunakan dalam menganalisis dan menarik kesimpulan.

Dalam melakukan penelitian ini penulis memperoleh data dengan cara menyebarkan kuesioner, mengadakan wawancara dan studi pustaka.

- 1) Kuesioner adalah suatu daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden (obyek penelitian) yang terdiri atas baris-baris dan kolom-kolom untuk diisi dengan jawaban-jawaban yang ditanyakan.

- 2) Wawancara atau interview adalah metode pengumpulan data dimana pihak pengumpul data mendatangi responden untuk memperoleh keterangan-keterangan yang diperlukan.
- 3) Studi Pustaka yaitu mencari buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan obyek penelitian dan dijadikan dasar atau pendukung penelitian.

#### **3. 4. Lokasi Penelitian.**

Penelitian dilakukan di PT. TRADINDO MEGAH LESTARI yang telah diangkat oleh PT. SANEX MOTOR INDONESIA sebagai Main Dealer sepeda motor Sanex di wilayah pemasaran Eks. Karesidenan Surakarta registrasi “AD”, yang didirikan pada tanggal 15 Januari 2001 oleh Bapak Gianto dan Kong Tju Yun. INDO SURYA SANEX MOTOR termasuk perusahaan yang bersifat Perseroan Terbatas (PT), yang mempunyai bentuk badan usaha yang dikuatkan oleh Peraturan Dinas Perdagangan dengan SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan) No. 45/11.15/PM/V/2001.

Sebagai Main Dealer untuk propinsi Jawa tengah, maka PT. TRADINDO MEGAH LESTARI di Surakarta ini mempunyai dealer-dealer Sanex sebagai berikut:

1. Anugerah Pratama, di Jalan Sam Ratulangi 24 Kerten, Solo.
2. Bingo Sari Motor Sragen, di Jalan Raya Sukowati 498, Sragen.
3. Kota Baru Solo, di Jalan Pemuda 54-A Klaten.
4. Gitar Agung Sanex Motor, di Jalan Raya Jatisrono, Wonogiri dan Jalan Ahmad Yani 81, Wonogiri.

5. Rajiman Motor, di Jalan Rajiman No. 562, Solo.
6. Argo Kusuma Abadi Jaya di Jalan Coyudan 45, Solo.
7. Purnama Motor, di Jalan Dalamana, Klaten.

Dalam suatu organisasi terjadi hubungan antara pimpinan dengan sekelompok bawahan. Struktur organisasi adalah sebagai susunan dan hubungan yang pasti dimana di dalamnya terdapat hubungan antara pekerja-pekerja dalam suatu organisasi yang timbul akibat adanya proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi.

PT. TRADINDO MEGAH LESTARI, Main Dealer di Surakarta menggunakan bentuk organisasi lini (garis) dan staff dengan bagan organisasi seperti terlihat pada lampiran (Struktur Organisasi PT. TRADINDO MEGAH LESTARI Main Dealer Surakarta).

Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yaitu sebagai berikut:

1) Direktur

Merupakan unsur eksekutif tertinggi di dalam organisasi dimana sebagai pimpinan perusahaan tugasnya secara otomatis lebih kompleks dibandingkan dengan yang lainnya yaitu:

1. Bertanggung jawab atas kelangsungan dan kelancaran operasional perusahaan secara keseluruhan.
2. Menentukan kebijaksanaan guna perkembangan dan kemajuan perusahaan.
3. Bertanggung jawab atas tujuan operasional perusahaan.

## 2) General Manager

Di dalam struktur organisasi diatas, General Manager secara langsung berada di bawah Direktur dengan wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Mengkoordinir personil-personil serta pekerja yang berhubungan dengan perusahaan.
2. Mengawasi dan bertanggung jawab atas hasil kerja bawahannya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
3. Bertanggung jawab atas aktivitas perusahaan yang berada di bawah wewenangnya yaitu Accounting, Financial, Faktur Kendaraan dan Pajak.

## 3) Accounting & Financial Manager

Mempunyai wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut:

1. Mengkoordinir tugas-tugas administrasi dan keuangan.
2. Menentukan kebijakan pengeluaran dan biaya operasional.
3. Melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.
4. Mengatur pemasukan dan pengeluaran keuangan perusahaan.
5. Mengawasi dan mengarahkan pelaksanaan kegiatan seksi-seksi di bawahnya.

## 4) Marketing Manager

Mempunyai wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut:

1. Mengatur dan memprogram penjualan dan promosi.
2. Menentukan kebijakan penjualan, konsumen dan obxer sales.
3. Mengatur distribusi barang.
4. Mengawasi dan mengkoordinir kegiatan seksi-seksi di bawahnya.

5) After Sales & Service Manager

Mempunyai wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab atas perencanaan, pengawasan serta pelaksanaan kegiatan pengadaan barang sebelum barang dikeluarkan.
2. Mengkoordinir tugas-tugas setiap bagian di bawahnya yaitu Bengkel, PDC (Pre Delivery Check) dan Gudang.
3. Mengawasi secara langsung dan mengkoordinir kerja sales counter dan sales serta memberikan kebijakan-kebijakan cara kerjanya.

6) Accounting

Seksi ini mempunyai wewenang serta tanggung jawab dalam mengatur administrasi distribusi barang, retail maupun dealer serta stok barang dan menyusun laporan penjualan serta arus kas dan proyeksi kas.

7) Financial

Seksi ini bertanggung jawab dalam mencatat, mengatur dan menyusun kegiatan perusahaan yang ada hubungannya dengan keuangan secara keseluruhan. Dalam hal ini menyangkut masuk dan keluarnya keuangan perusahaan secara langsung.

8) Faktur Kendaraan

Seksi ini bertanggung jawab atas kegiatan pelaksanaan pengisian surat-surat kendaraan yang berupa BPKB dan STNK serta dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan kendaraan.

#### 9) Pajak

Seksi ini bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan bidang perpajakan kendaraan yang nantinya akan diserahkan kepada petugas yang mengurusnya, mengelola dana perusahaan BBM dan STNK sesuai prosedur yang telah ditentukan.

#### 10) Sales

Seksi ini mempunyai wewenang serta tanggung jawab dalam mencari dan melayani pelanggan sesuai dengan prosedur ketentuan yang berlaku dan melakukan penjualan dan persentil, dan demo untuk membangkitkan minat menjadi motif pembelian.

#### 11) Sales Counter

Mempunyai wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menerima dan melayani konsumen sebagai tamu.
2. Melakukan presentasi kepada calon pembeli.
3. Memproses penjualan tunai dan kredit yang datang ke counter.
4. Melakukan pendataan kepada calon konsumen yang datang ke counter sampai tujuan proses penjualan.

#### 12) Administrasi Penjualan

Seksi ini bertanggung jawab atas administrasi penjualan, membuat dan mempersiapkan perjanjian kredit, melakukan administrasi keuangan penjualan dan membuat surat penyerahan barang.

### 13) Pengiriman

Seksi ini bertanggung jawab atas pelaksanaan pengiriman baik itu pengiriman produk ke tangan konsumen maupun menerima pengiriman produk dari agen tunggal (yang berkedudukan di Jakarta).

### 14) Bengkel

Seksi ini bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan service dan reparasi kendaraan.

### 15) PDC (Pre Delivery Check)

Seksi ini bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan pengecekan atas kendaraan yang akan diserahkan kepada konsumen dan memberi konsultasi teknik mengenai kendaraan yang dikelola oleh perusahaan.

### 16) Gudang

Mempunyai wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penerimaan kendaraan.
2. Bertanggung jawab atas penyimpangan serta mengeluarkan kendaraan.
3. Membuat laporan berkala mengenai persediaan kendaraan dalam gudang.
4. Mengawasi masuk dan keluarnya kendaraan dari gudang.

### 17) Kasir

Mempunyai wewenang serta tanggung jawab sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan kepada konsumen mengenai pembayaran kendaraan secara kredit maupun tunai.

2. Menerima uang tunai sebagai hasil pembayaran.
3. Membukukan dan mengatur administrasi masuk dan keluarnya barang.
4. Mengatur syarat pembayaran kendaraan baik tunai maupun kredit.

### **3. 5. Definisi Operasional Variabel-Variabel**

#### **3. 5. 1. Definisi Operasional**

Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan secara terperinci variabel-variabel yang dimaksud dalam penelitian ini, yang terdiri dari:

- 1) Motivasi merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Di dalam penelitian adalah daya dorong konsumen untuk menggunakan sepeda motor Sanex melalui variabel-variabel yang telah ditetapkan.

Untuk mengetahui motif manusia ini, dapat juga digunakan model hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow yang mengelompokkan manusia ke dalam lima tingkatan keinginan dan kebutuhan. Dalam teorinya, Maslow berusaha menjelaskan kebutuhan didorong oleh kebutuhan tertentu pada waktu tertentu. Kebutuhan manusia tersusun dalam sebuah jenjang dari tingkatan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak. Jenjang kebutuhan yang dikemukakan Maslow sebagai berikut: (Philip Kotler, 1994, hal. 199)

1. Kebutuhan fisiologis, seperti makan, minum, seks, perumahan.

2. Kebutuhan akan keselamatan, seperti perlindungan dari bahaya, ancaman dan perampasan ataupun pemecatan dari pekerjaannya.
  3. Kebutuhan-kebutuhan sosial dan cinta, seperti kepuasan sebagai anggota kelompok dalam menjalin hubungan dengan orang lain, kekeluargaan serta pengakuan oleh orang lain atau kelompok.
  4. Kebutuhan akan penghargaan, seperti reputasi, prestise, kehormatan diri, kebutuhan akan status dan kedudukan.
  5. Kebutuhan akan kenyataan diri, seperti penyelesaian pekerjaan sendiri, pengembangan diri semaksimal mungkin, kreativitas dan ekspresi diri.
- 2) Karakteristik Konsumen

Karakteristik merupakan ciri-ciri seseorang yang merupakan tanda karakter yang dimilikinya. Dalam penelitian ini karakteristik yang diteliti meliputi:

#### 1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang berpengaruh pada sikapnya terhadap obyek, pengaruh yang ditimbulkan bisa berbeda karena pembawaan dari jenis kelamin tersebut baik dalam emosi maupun perasaan.

- Laki-laki
- Perempuan

#### 2. Tingkat Usia

Usia seseorang merupakan indikator dalam kematangan berfikir dan penerapan pola fikir dalam memilih suatu keputusan.

- < 30

- 30 - 50
- > 50

### 3. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang merupakan indikator seseorang dalam menentukan tingkat kebutuhan seseorang dimana seseorang dapat memprioritaskan pilihannya dalam membeli suatu produk.

- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Mahasiswa/ pelajar
- ABRI

### 4. Tingkat Pendapatan

- Kurang dari Rp 500.000,00
- Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00
- Lebih dari Rp 1.000.000,00

### 3. 6. Metode Pengumpulan Sampel

Sampel adalah kumpulan elemen yang merupakan bagian kecil dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sepeda motor merek Sanex ini populasi sampling yang dipilih adalah semua orang yang membeli sepeda motor merek Sanex di dealer sepeda motor Sanex PT. Tradindo Megah Lestari.

Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan sampel acak sederhana yaitu suatu sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian atau elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Terpilihnya setiap satuan elementer ke dalam sampel itu harus benar-benar berdasarkan faktor kebetulan, bebas dari faktor subyektifitas penelitian atau subyektifitas orang lain.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, yaitu konsumen yang membeli sepeda motor merek Sanex yang sedang berada di dealer sepeda motor Sanex PT. Tradindo Megah Lestari.

### **3. 7. Metode Analisis Data**

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif :

#### **3. 7. 1. Analisis Kualitatif**

Analisis ini dalam bentuk tabel frekwensi yang memberikan keterangan dan jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan.

#### **3. 7. 2. Analisis Kuantitatif**

Metode kuantitatif didefinisikan sebagai suatu metode analisis statistik yang pengujiannya didasarkan atas angka-angka. Adapun metode analisis kuantitatif yang digunakan antara lain:

### 1) Analisis Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran kecermatan suatu alat ukur (kuesioner) dalam melakukan fungsi ukurnya. Cara seleksi item yang dilakukan adalah dengan menguji korelasi antara sektor item dengan sektor total. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi product moment dari Pearson. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right) \left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Dimana:

- x = nilai dari item
- y = nilai dari total item
- n = banyaknya item

Jika taraf signifikan 5% maka:

- a. < 5% item tersebut valid
- b. > 5% item tersebut dinyatakan gugur

Analisis validitas ditujukan untuk mencari tingkat validitas, yaitu tingkat yang menunjukkan mutu seluruh proses pengumpulan data dalam suatu penelitian, mulai dari penjabaran konsep-konsep sampai pada saat data siap untuk dianalisis atau dengan kata lain, analisis ini bertujuan untuk menguji kehandalan kuesioner.

Alasan pemilihan metode analisis validitas ini adalah untuk menjamin kehandalan kuesioner, agar data yang masuk dan siap diolah benar-benar bermutu dan dapat dipertanggungjawabkan. Tanpa data-data yang bermutu dan tidak dapat dipertanggungjawabkan, suatu hasil dari penelitian akan menjadi lemah dan bias dari kebenaran.

## 2) Penentuan Indeks Sikap Konsumen

Metode penentuan sikap indeks konsumen adalah metode analisis yang menggambarkan perbedaan sikap konsumen terhadap objek.

Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah:

- Menentukan bobot yang menunjukkan pentingnya atribut.
- Menentukan nilai kepercayaan atribut dari masing-masing merek, dimana:
  - Nilai Sangat Baik diberi bobot 5
  - Nilai Baik diberi bobot 4
  - Nilai Cukup Baik diberi bobot 3
  - Nilai Kurang Baik diberi bobot 2
  - Nilai Tidak Baik diberi bobot 1

Untuk mendapatkan nilai standar rata-rata ( $x_{kj}$ ) digunakan rumus sebagai berikut:

$$x_{kj} = \frac{5d + 4e + 3f + 2g + 1h}{d + e + f + g + h}$$

Dimana:

$x_{kj}$  = nilai standar rata-rata

d = responden menilai sangat baik

e = responden menilai baik

f = responden menilai cukup baik

g = responden menilai tidak baik

h = responden menilai sangat tidak baik

- Menentukan daerah penerimaan indeks sikap (SJ) tersebut.

SJ berkisar antara 1 sampai dengan 5 dan terdiri dari lima daerah penerimaan.

- Menghitung nilai indeks sikap konsumen dengan rumus sebagai berikut:

$$SJ = \sum_{i=1}^n tkXxkj$$

Dimana :

SJ = indeks sikap konsumen

tk = nilai timbangan pada atribut k

skj = nilai standar rata-rata atribut k

n = jumlah atribut

- Sesudah indeks sikap dapat diketahui, kemudian mencari daerah penerimaan dimana indeks sikap itu berada. Semakin besar angka indeks sikap berarti semakin produk tersebut telah sesuai dengan keinginan konsumen.

### 3) Uji Chi Square

Uji Chi Square dapat juga dikatakan sebagai uji proporsi untuk dua atau lebih peristiwa (gejala multikotomi). Uji proporsi disini diartikan sebagai uji hipotesis

mengenai perbedaan antara frekuensi pengamatan dan frekuensi yang diharapkan atau frekuensi teoritis.

Uji Chi Square dapat digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu perbedaan antara perbandingan antara frekuensi hasil observasi ( $f_o$ ) dengan frekuensi yang diharapkan oleh peneliti ( $f_h$ ) dari sampel yang terbatas untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Perbedaan antara  $f_o$  dan  $f_h$  disebut perbedaan yang meyakinkan jika harga Kai Kuadrat ( $X^2$ ) sama atau lebih besar dari harga kritik yang ditetapkan pada taraf signifikan tertentu. Sebaliknya perbedaan antar  $f_o$  dan  $f_h$  dikatakan tidak meyakinkan, jika harga  $X^2$  lebih kecil dibandingkan dengan harga kritiknya. Dengan perkataan lain hipotesis akan ditolak jika harga  $X^2 \geq X^2$  dalam tabel dan hipotesis dapat diterima jika harga  $X^2 < X^2$  dalam tabel.

Analisis data dengan menggunakan metode statistik yaitu menggunakan uji *Kai Kuadrat (Chi Square)*, untuk mengetahui hubungan-hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Menghitung frekwensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Menghitung angka atau nilai Kai Kuadrat ( $X^2$ ) dengan menggunakan rumus:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Dimana:

$X^2$  = Nilai yang dicari (Kai Kuadrat)

$f_o$  = Frekwensi hasil penelitian

$f_h$  = Frekwensi yang diharapkan dalam sampel

Untuk mencari  $fh$  digunakan rumus sebagai berikut:

$$fh = \frac{(\text{jumlahbaris}) \times (\text{jumlahkolom})}{\text{jumlahsampel}}$$

Dalam menguji Kai Kuadrat sebagai analisis yang digunakan untuk pengtesan hipotesis, apakah hipotesis yang diuji diterima atau ditolak, adapun langkah-langkah dalam pengujian signifikan (pengtesan hipotesis) adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi harapan ( $fh$ ) dan penghitungan Chi Square (Kai Kuadrat)
2. Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$ 

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan karakteristik konsumen dengan atribut sepeda motor merek Sanex.

$H_1$  : Ada hubungan karakteristik konsumen dengan atribut sepeda motor merek -Sanex.
3. Menentukan level of signifikan tertentu dengan derajat kebebasan tertentu atau degree of freedom, dengan rumus:
 
$$df = (i - 1)(j - 1)$$
 Dimana:
 

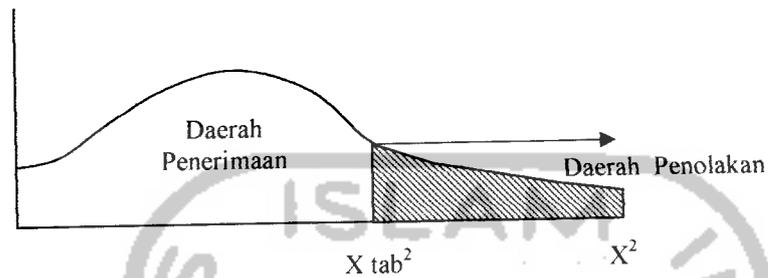
$i$  = jumlah baris

$j$  = jumlah kolom
4. Mencari harga  $X^2$  dalam tabel.
5. Membuat kesimpulan:
 

Ho ditolak apabila  $X^2$  hitung  $\geq X^2$  tabel

$H_0$  diterima apabila  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel

6. Menggambar daerah penerimaan dan penolakan



Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Penilaian Konsumen yang Signifikan Berdasarkan Karakteristik Konsumen.

4) Analisis Koefisien Kontingensi

Sesudah analisis chi-square dilakukan, berikutnya akan dilakukan analisis *contingency coefficient* dengan membandingkan nilai  $C$  maks dengan  $C$  hitung dengan rumus :

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}} \quad C_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana :

$C$  = Contingency Coefficient

$X^2$  = Nilai yang dicari (Kai Kuadrat)

$n$  = Jumlah responden

$C_{maks}$  = Contingency Coefficient

$m$  = Jumlah baris