

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan bengkel produsen, dan persepsi akan harga yang dimiliki masing – masing produk yaitu Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI. Sedangkan subjek penelitiannya adalah responden yang menjadi pengendara motor tersebut dengan menganalisis aspek kualitas produk, kualitas layanan motor masing – masing.

B. Metode penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana persepsi konsumen terhadap keunggulan produk, akibat adanya variabel kualitas produk, kualitas layanan bengkel, dan persepsi akan harga. Alasan digunakannya metode ini karena survei dapat memberikan manfaat untuk tujuan – tujuan deskriptif dan membantu untuk menguraikan dan menggali informasi berdasarkan persepsi konsumen dan bagaimanakah keunggulan produk dari kedua motor tersebut.

1.1 Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), pada setiap awal studi riset, setiap orang menghadapi tugas dalam pemilihan desain tertentu untuk digunakan. Ada sejumlah dimensi desain yang berbeda dan tersedia,



namun tidak ada sistem klasifikasi sederhana menjelaskan semua variasi yang harus dipertimbangkan. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini memberikan kontribusi untuk penelitian, antara lain :

1. Tingkat Perumusan Masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang telah diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.

3. Pengendalian Variabel-variabel oleh peneliti

Pengendalian variabel memandang aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel. Pengendalian dibedakan menjadi dua, yaitu *experiment* dan *ex post facto study*. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peta keunggulan komparatif dari produk Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI yang ditinjau dari kualitas produk, kualitas layanan bengkel, dan persepsi harga.

5. Dimensi Waktu

Jenis dimensi waktu yang digunakan adalah *cross-sectional*. Data dikumpulkan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data hanya dilakukan satu kali pada saat pembagian kuesioner kepada para responden.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan mengenai hasil temuan disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah representatif dan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

7. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan lingkup penelitian, studi penelitian ini berupa kondisi lapangan, yang sejalan dengan kondisi lingkungan aktual atau kondisi-kondisi yang lain.

8. Persepsi Subjek

Responden berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1.2 Definisi operasional variabel

Berdasarkan batasan masalah dalam BAB I, maka variabel – variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kulaitas layanan, dan persepsi harga.

1. Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi – dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah :

Tabel 3.1
Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Skala pengukuran
<i>Performance</i>	Mesin motor memiliki kinerja akselerasi yang tinggi	Interval
	Motor hemat bahan bakar	Interval
<i>Feature</i>	Motor memiliki sistem suspensi yang nyaman	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<i>Reliability</i>	Tersedia bengkel resmi untuk servis dan perawatan	Interval
<i>Conformance</i>	Mesin motor mampu mencapai kecepatan maksimal	Interval
<i>Aesthetic</i>	Motor mudah dimodifikasi (banyak variasi dan warnanya)	Interval
<i>Durability</i>	Mesin motor memiliki daya tahan di kondisi ekstrim	Interval
<i>Service Ability</i>	Suku cadang mudah didapatkan	Interval
	Memiliki masa garansi yang panjang	Interval
<i>Perceived Quality</i>	Memiliki merek bereputasi tinggi	Interval



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya, (Lupiyoadi, 2001:148) meliputi :

Tabel 3.2

Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Skala pengukuran
<i>Tangible</i>	Ruang tunggu pelayanan nyaman, bersih	Interval
	Penampilan petugas bersih dan rapih	Interval
<i>Reliability</i>	Petugas handal dalam memberikan informasi	Interval
	Petugas bersikap ramah	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<i>Responsiveness</i>	Petugas memberikan pelayanan dengan cepat terhadap keluhan	Interval
	Petugas siap menerima kritik dan saran dari konsumen	Interval
<i>Assurance</i>	Petugas termasuk mekanik dapat dipercaya	Interval
	Petugas bersikap sopan kepada konsumen	Interval
<i>Emphaty</i>	Petugas memberikan perhatian kepada konsumen	Interval
	Petugas memahami kebutuhan konsumen	Interval



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Persepsi Harga

(Donald R. Lichtenstein, Nancy M. Ridgway, and Richard G. Netemey tahun 1993) terdapat 7 faktor yang mempengaruhi persepsi harga. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan enam faktor, faktor – faktor yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 3.3

Persepsi Harga

Dimensi	Indikator	Skala pengukuran
<i>Value consciousness</i>	Kualitas performa mesin motor sesuai dengan harga motor	Interval
	Fitur motor setara dengan harga motor	Interval
<i>Price consciousness</i>	Saya mengetahui	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	dengan jelas harga motor yang akan dibeli	
	Citra produk sesuai dengan harga motor ditawarkan	Interval
<i>Price quality schema</i>	Tampilan desain motor setara dengan harga motor	Interval
<i>Prestige sensitivity</i>	Gengsi dan kelas motor sesuai dengan harga	Interval

C. Data penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data premier yang diperoleh dengan metode survey dengan menyebarkan kuisioner pada responden.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non-Probability sampling*. Dengan pendekatan subjektif seperti *non - Probability sampling*, probabilitas dalam memilih elemen populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (terbatas) disebut *judgement sampling*. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih



akurat karena pengambilan sampel ditujukan hanya untuk para responden yang sudah menggunakan produk Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja 250FI di Jakarta.

E. Teknik analisis data

Dalam suatu kuisioner, ada dua syarat penting yang berlaku, yaitu validitas dan reliabilitas.

1. Uji instrumen kuesioner

a. Uji validitas

Uji validitas untuk melihat kelayakan butir – butir pernyataan dalam kuisioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. Daftar pernyataan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan setiap butir soal.

Hasilnya dibandingkan dengan $r_{tabel} \mid df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 5%. Dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid (Juliansyah Noor, 2014:19). Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment.

Data yang diperlukan dalam rumus adalah:

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

$$\sum X = \dots \sum Y = \dots \sum XY = \dots \sum X^2 = \dots \sum Y^2 = \dots n = \dots$$



- X = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurangi X
- $\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N = banyaknya responden

b. Uji reliabilitas

Reliabilitas pengukuran dengan menggunakan *alpha cronbach* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baiknya item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain.

Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* > 0,60 (Juliansyah Noor, 2014:25). Rumus yang digunakan adalah rumus *alpha cronbach* sebagai berikut:

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

dimana rumus $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$

- r_{ii} = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



σ_1^2 = varians total

2. Skala Likert

Skala likert bisa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena yang terjadi. Skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Gradasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Skor	Peringkat
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat setuju

Skala likert di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan sebuah pernyataan (Uma Sekaran 2006 : 31).

Setelah kuesioner dikumpulkan, dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata – rata respon kosumen.

Cara perhitungan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \sum \frac{F_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = skor rata – rata

F_i = frekuensi pemilihan nilai

X_i = skor (1,2,3,4,5,)

n = jumlah data yang digunakan

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel.

Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan :

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

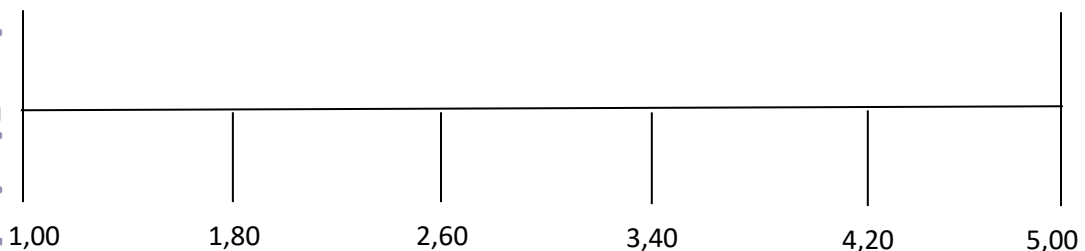
n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Gambar rentang skala :



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan:

C Kualitas produk

1,00 – 1,80 = Sangat Rendah (SR)

1,81 – 2,60 = Rendah (R)

2,61 – 3,40 = Biasa Saja (BS)

3,41 – 4,20 = Tinggi (T)

4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi (ST)

Kualitas layanan

1,00 – 1,80 = Sangat Buruk (SB)

1,81 – 2,60 = Buruk (BK)

2,61 – 3,40 = Biasa Saja (BS)

3,41 – 4,20 = Baik (B)

4,21 – 5,00 = Sangat Baik (SB)

Persepsi harga

1,00 – 1,80 = Sangat Murah (SM)

1,81 – 2,60 = Murah (MH)

2,61 – 3,40 = Biasa Saja (BS)

3,41 – 4,20 = Mahal (M)

4,21 – 5,00 = Sangat Mahal (SM)

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Uji beda

Analisis komparatif atau analisis komparasi atau uji beda adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Analisis komparatif atau uji perbedaan ini sering disebut uji signifikansi. Terdapat dua jenis komparatif, yaitu komparatif antara dua sampel dan komparatif k sampel (komparatif antara lebih dari dua sampel). Kemudian setiap model komparatif sampel dibagi menjadi dua jenis, yaitu sampel yang berkolerasi (terkait) dan sampel yang tidak berkolerasi atau independen (Misbahuddin, 2013).

a. Uji Beda T - test

Uji beda t – test digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata – rata yang berbeda. Uji beda T – test dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata – rata dengan standar error dari perbedaan rata – rata dua sampel atau secara rumus dapat ditulis sebagai berikut :

$$r = \frac{\text{Rata rata sampel pertama} - \text{rata rata sampel kedua}}{\text{standar error perbedaan rata rata kedua sampel}}$$

Standar error perbedaan dalam nilai rata – rata terdistribusi secara normal. Jadi tujuan uji beda t – test adalah membandingkan rata – rata dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain. Apakah kedua grup tersebut mempunyai nilai rata – rata yang sama atautkah tidak sama secara signifikan.