

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menguji bagaimana pengaruh layanan purna jual dari salah satu produsen sepeda motor bebek di Indonesia yakni Suzuki, terhadap kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung. Kemudian penelitian ini akan meneliti dua variabel, yakni variabel bebas (*independent variable*) dan juga variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini yaitu layanan purna jual, yang terdiri dari *delivery, warranty, service quality, dan feedback*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yakni perasaan konsumen dengan membandingkan antara kinerja dengan harapan-harapan. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor bebek Suzuki di dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

Berdasarkan objek penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka akan diteliti mengenai gambaran layanan purna jual Suzuki, gambaran kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki, serta pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep layanan purna jual, lalu seberapa pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Sugiyono (2011:2), menyebutkan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif dan verifikatif dijelaskan oleh Suharsimi Arikunto (2010:3), bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal yang lain yang sudah disebutkan, yang

hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian deskriptif ini dilakukan agar mendapatkan gambaran mengenai layanan purna jual, yang meliputi *delivery*, *warranty*, *service quality*, dan *feedback*. Juga untuk memperoleh gambaran kepuasan konsumen. Suharsimi Arikunto (2010:15) menyatakan bahwa jenis penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengecek kebenaran penelitian lain. Penelitian verifikatif juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang dilaksanakan pada pengumpulan data lapangan. Penelitian ini menguji hubungan antara layanan purna jual (X) dengan kepuasan konsumen (Y).

Berkaitan penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi secara langsung ditempat kejadian. Seperti menurut Sugiyono (2011:6), menyebutkan bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes dan wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana penelitian yang menjelaskan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian mulai dari perumusan masalah, tujuan, gambar hubungan variabel, perumusan hipotesis sampai rancangan analisis data yang dituangkan secara tertulis ke dalam bentuk usulan atau proposal penelitian.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kausalitas. Menurut Rangkuti (2007:24) desain kausalitas bertujuan untuk mengetahui variabel yang menjadi penyebab atau variabel pengaruh (*variabel independen*) dan variabel yang menjadi akibat atau variabel terpengaruh (*variabel dependen*) serta mengetahui hubungan atau keterkaitan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana layanan purna jual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Sugiyono (2011:38), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas, layanan purna jual, yang terdiri *delivery*, *warranty*, *service quality*, dan *feedback*. Juga untuk memperoleh gambaran kepuasan konsumen. Berikut Tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Layanan Purna Jual (X)	Layanan purna jual didefinisikan sebagai tindakan meningkatkan konsep suatu produk dalam beberapa perusahaan dan organisasi yang tergantung pada konsumen, dan dalam rangka membuat para konsumennya merasa puas agar perusahaan tidak kehilangan pangsa pasar	<ul style="list-style-type: none"> <i>Delivery</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketepatan waktu pengantaran sepeda motor bebek Suzuki sesuai perjanjian transaksi 	Ordinal	1
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian kondisi sepeda motor bebek Suzuki yang diantarkan dengan pada saat di dealer 		2

	(Choudary Ali Iftikhar et. Al., 2011:361)	<ul style="list-style-type: none"> • Warranty 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keawetan sepeda motor bebek Suzuki 	Ordinal	3
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian ketentuan garansi pada saat melakukan klaim garansi sepeda motor bebek Suzuki 		4
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan melakukan klaim garansi sepeda motor bebek Suzuki 		5
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pelayanan pada saat masa garansi sepeda motor bebek Suzuki 		6
		<ul style="list-style-type: none"> • Service Quality 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat fasilitas pelayanan dan kemudahan 		7

			<p>akses pada saat membeli sepeda motor bebek Suzuki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kecepatan karyawan dalam memenuhi segala kebutuhan para konsumen sepeda motor bebek Suzuki 	Ordinal	8
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan karyawan Suzuki dalam meyakinkan konsumen bahwa sepeda motor bebek Suzuki adalah sepeda motor yang bagus 		9
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan karyawan 		10

			<p>dalam memahami kebutuhan konsumen secara spesifik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketersediaan waktu yang nyaman bagi konsumen untuk dilayani 		11
		<ul style="list-style-type: none"> • Feedback 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketersediaan fasilitas untuk mengajukan saran dan keluhan untuk konsumen sepeda motor bebek Suzuki 		12
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan memberikan saran dan keluhan untuk konsumen 	Ordinal	13

			<p>sepeda motor bebek Suzuki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketanggapan perusahaan dalam menangani ataupun menanggapi saran dan keluhan para konsumen sepeda motor bebek Suzuki 		14
Kepuasan Konsumen (Y)	<p>Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/pesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk/jasa dan harapan-harapannya (Kotler dan Keller, 2012:128)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perbandingan antara kinerja dengan harapan atas layanan purna jual 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat harapan konsumen atas layanan purna jual dari sepeda motor bebek Suzuki 	Ordinal	15
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kinerja layanan purna jual sepeda motor bebek Suzuki yang dirasakan oleh 	Ordinal	16

			konsumen		
--	--	--	----------	--	--

Sumber : Hasil olahan penulis, 2015

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:172) sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data bisa diperoleh dari sumber internal perusahaan maupun dari luar perusahaan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Menurut Istijanto (2009:44) data *primer* adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus, data ini belum tersedia karena memang belum ada riset sejenis yang pernah dilakukan atau hasil riset sejenis sudah terlalu kadaluwarsa. Jadi yang dimaksud dengan data primer ini, data yang diperoleh oleh pengadaan sendiri, tidak bisa mengandalkan sumber lain untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data primer adalah konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung, dengan cara diwawancara dan juga mengisi kuesioner yang telah diberikan oleh periset.

2. Data Sekunder

Istijanto (2009:38) juga menyatakan bahwa data *sekunder* merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh periset sendiri untuk tujuan yang lain, ini mengandung arti bahwa periset sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut (kadang sudah berbentuk informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya dilapangan. Data ini dapat diperoleh oleh periset melalui jurnal, buku, perusahaan yang bersangkutan, dan juga internet untuk keperluan penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain:

1. Studi kepustakaan

Yaitu cara pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bisa didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi

informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan penelitian ini, yakni layanan purna jual dan kepuasan konsumen.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan responden. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung, mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam hal ini yang menjadi responden dan diwawancarai adalah konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu tentang layanan purna jual dan kepuasan konsumen.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah di tentukan.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung, dengan asumsi penjualan satu unit sepeda motor adalah satu konsumen, dari informasi yang didapat penulis dari rata-rata penjualan sepeda motor bebek Suzuki di Dealer

Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung selama satu tahun adalah 884 unit. Maka jumlah populasinya adalah 884 orang.

3.5.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:174) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Untuk mengukur sampel, maka akan digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir.

Dalam penarikan sampel ini akan digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

e^2 : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Adapun perhitungan dari rumus tersebut dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{884}{1 + 884 \cdot 0,01} = \frac{884}{9,84} = 89,837 \approx 90 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, ditentukan jumlah sampel (responden) dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 orang dari jumlah konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling adalah teknik penarikan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2011:66) yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2011:68) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Untuk bias mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Dalam pengumpulan data sebuah penelitian, sering terjadi instrumen bertindak sebagai alat evaluasi.

Instrumen penelitian yang telah disusun kemudian diuji cobakan kepada responden yang berada diluar sampel penelitian untuk mendapatkan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011:121) mengatakan bahwa hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Hasil penelitian yang valid uji validitas dilakukan untuk melihat apakah instrument yang digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hal ini dilakukan dengan cara mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang memiliki skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan, perhitungan korelasi antara pertanyaan kesatu dengan skor total digunakan alat uji kolerasi *Pearson (product moment coefisen of correlation)* dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Sugiyono, 2011:176})$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *Product Moment*

N = Jumlah populasi

$\sum X$ = Jumlah skor butir (X)

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel (Y)

$\sum X^2$ = Jumlah skor butir kuadrat (X)

$\sum Y^2$ = Jumlah skor variabel kuadrat (Y)

$\sum XY$ = Jumlah perkalian butir (X) dan skor variabel (Y)

Harga r_{xy} menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan. Setiap nilai korelasi mengandung tiga makna yaitu (1) tidak adanya korelasi, (2) arah korelasi, dan (3) besarnya korelasi. Keputusan uji validitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $r_{xy} > r$ tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid

Jika $r_{xy} < r$ tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS 21.0 for windows*. Dengan menggunakan rumus dan langkah yang sama maka dapat dilakukan pengujian validitas untuk seluruh item yaitu sebanyak 14 item. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas
Variabel X (Layanan Purna Jual)

No Item	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1	Sepeda motor bebek Suzuki yang saya beli diantarkan tepat waktu sesuai perjanjian saat melakukan transaksi	0,732	0,374	Valid
2	Sepeda motor bebek Suzuki yang diantarkan kondisinya sesuai dengan yang saya beli di dealer	0,625	0,374	Valid
3	Sepeda motor bebek Suzuki yang saya gunakan memiliki tingkat keawetan yang baik	0,430	0,374	Valid
4	Saat melakukan klaim garansi, apa yang saya dapatkan sesuai dengan ketentuan	0,428	0,374	Valid

	pada saat awal membeli			
--	------------------------	--	--	--

Dilanjutkan pada halaman berikutnya

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas
Variabel X (Layanan Purna Jual)

No Item	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
5	Saya dapat dengan mudah melakukan klaim garansi atas sepeda motor bebek Suzuki yang saya beli	0,486	0,374	Valid
6	Saya mendapatkan pelayanan yang baik saat masa garansi atas sepeda motor bebek Suzuki yang saya beli	0,608	0,374	Valid
7	Saya mendapatkan fasilitas yang baik serta akses yang mudah saat membeli sepeda motor bebek Suzuki	0,584	0,374	Valid
8	Karyawan Suzuki dapat dengan cekatan memberikan hal-hal yang saya butuhkan saat membeli sepeda motor bebek Suzuki	0,496	0,374	Valid
9	Karyawan Suzuki dapat meyakinkan saya bahwa sepeda motor bebek Suzuki adalah produk yang bagus dan pantas untuk saya beli	0,448	0,374	Valid
10	Karyawan Suzuki dapat memahami kebutuhan konsumen sepeda motor bebek Suzuki secara spesifik	0,503	0,374	Valid
11	Karyawan Suzuki dapat memberikan pelayanan pada waktu yang nyaman	0,654	0,374	Valid
12	Suzuki memberikan sarana dan fasilitas untuk saya memberikan saran dan keluhan	0,561	0,374	Valid
	Sarana dan fasilitas yang diberikan			

13	Suzuki untuk memberikan saran dan keluhan mudah untuk diakses	0,461	0,374	Valid
----	---	-------	-------	-------

Dilanjutkan pada halaman berikutnya

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas
Variabel X (Layanan Purna Jual)

No Item	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
14	Suzuki menanggapi dengan serius atas saran ataupun keluhan yang saya berikan untuk mereka	0,616	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2015 dengan IBM SPSS Statistics 21.0

Berdasarkan Tabel 3.2 Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variabel X (Layanan Purna Jual) pada kuesioner yang berjumlah 14 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung > r tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada table diatas tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No Item	Pernyataan (Kinerja dibanding Harapan)	rHitung	rTabel	Keterangan
1	Sepeda motor bebek Suzuki yang saya beli diantarkan tepat waktu sesuai perjanjian saat melakukan transaksi	0,738	0,374	Valid
2	Sepeda motor bebek Suzuki yang diantarkan kondisinya sesuai dengan yang saya beli di dealer	0,613	0,374	Valid
3	Sepeda motor bebek Suzuki yang saya gunakan memiliki tingkat keawetan yang baik	0,447	0,374	Valid
4	Saat melakukan klaim garansi, apa yang saya dapatkan sesuai dengan ketentuan pada saat awal membeli	0,411	0,374	Valid

Dilanjutkan pada halaman berikutnya

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No Item	Pernyataan (Kinerja dibanding Harapan)	rHitung	rTabel	Keterangan
5	Saya dapat dengan mudah melakukan klaim garansi atas sepeda motor bebek Suzuki yang saya beli	0,461	0,374	Valid
6	Saya mendapatkan pelayanan yang baik saat masa garansi atas sepeda motor bebek Suzuki yang saya beli	0,596	0,374	Valid
7	Saya mendapatkan fasilitas yang baik serta akses yang mudah saat membeli sepeda motor bebek Suzuki	0,559	0,374	Valid
8	Karyawan Suzuki dapat dengan cekatan memberikan hal-hal yang saya butuhkan saat membeli sepeda motor bebek Suzuki	0,506	0,374	Valid
9	Karyawan Suzuki dapat meyakinkan saya bahwa sepeda motor bebek Suzuki adalah produk yang bagus dan pantas untuk saya beli	0,411	0,374	Valid
10	Karyawan Suzuki dapat memahami kebutuhan konsumen sepeda motor bebek Suzuki secara spesifik	0,514	0,374	Valid
11	Karyawan Suzuki dapat memberikan pelayanan pada waktu yang nyaman	0,648	0,374	Valid
12	Suzuki memberikan sarana dan fasilitas untuk saya memberikan saran dan keluhan	0,578	0,374	Valid
	Sarana dan fasilitas yang diberikan			

13	Suzuki untuk memberikan saran dan keluhan mudah untuk diakses	0,477	0,374	Valid
----	---	-------	-------	-------

Dilanjutkan pada halaman berikutnya

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No Item	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
14	Suzuki menanggapi dengan serius atas saran ataupun keluhan yang saya berikan untuk mereka	0,605	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2015 dengan IBM SPSS Statistics 21.0

Berdasarkan Tabel 3.3 Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan variabel Y (Kepuasan Konsumen) dimana penghitungannya melalui cara kinerja dari layanan purna jual dibagi harapan dari layanan purna jual pada kuesioner yang berjumlah 14 buah dinyatakan valid, karena setiap pertanyaan memiliki r hitung $>$ r tabel. Maka dari itu, setiap item pertanyaan yang ada pada table diatas tersebut dapat dinyatakan sebagai alat ukur variabel yang akan diteliti.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian yang baik, selain harus valid, suatu instrumen penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

Instrument yang dapat dipercaya, atau yang *reliable* akan mendapatkan data yang dapat dipercaya. Seperti dikatakan Sugiyono (2011:268) suatu data dikatakan *reliable* apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi menunjukkan data yang tidak berbeda.

Dalam bukunya Suharsimi Arikunto (2010:239) menyatakan bahwa Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Instrumen yang sudah dipercaya dan *reliable* akan menghasilkan data

yang dapat dipercaya juga. Uji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus Alpha yang merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas instrument penelitian, alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diajukan oleh peneliti berbentuk skala seperti 1-3, 1-5, 1-7 dan seterusnya atau jawaban yang menginterpretasikan penilaian sikap. Adapun rumus tersebut sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \text{ (Suharsimi Arikunto, 2010 : 239)}$$

Dimana :

r = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir penyertaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
 - e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (σ^{2t}) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^{2t} = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \text{ (Suharsimi Arikunto 2010:240)}$$

Dimana:

σ^{2t} = Harga varians total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor total

$(\sum X)^2$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item pernyataan dikatakan reliabel
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti item pernyataan dikatakan tidak reliabel

Untuk secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus yang ada diatas, menggunakan fasilitas *software SPSS 21.0 for windows* dengan hasil yang tercantum pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X (Layanan Purna Jual) dan Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No	Variabel	rHitung	rTabel	Keterangan
1	Layanan Purna Jual	0,821	0,70	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen	0,815	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2015 dengan IBM SPSS Statistics 21.0

Table 3.4 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas variabel X dan Y adalah reliabel. Berdasarkan hasil pengujian instrument diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrument dinyatakan valid dan reliabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan dan tidak ada sesuatu hal yang dapat menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan oleh instrument penelitian yang belum teruji tingkat reliabilitasnya.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Rancangan Analisis

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disebar kepada konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung. Sebelum dijadikan alat pengumpul data kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah kuesioner terkumpul maka selanjutnya dianalisis dengan cara sebagai berikut :

Faizal Nugroho, 2015

PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEBEK SUZUKI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan memproses data dengan teknik statistic, data penelitian yang dikumpulkan perlu di edit dari kemungkinan kekeliruan dalam pengisian kuesioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Dalam hal ini pembobotan dalam setiap item instrumen berdasarkan pada nilai positif dari yang tertinggi hingga yang terendah, untuk setiap jawaban positif diberi nilai beruntut dari 5 – 1. Pengukuran dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *Likert* yaitu kuesioner yang disebar dan dibuat dengan system tertutup, artinya tanggapan untuk setiap pertanyaan telah disediakan dan responden tinggal memberikan jawaban *checklist* pada kolom tanggapan sesuai dengan pendapat responden. Adapun bentuk dari penilaian yang akan diberikan oleh responden adalah sebagai berikut :

Tabel 3.5
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Alternatif Jawaban	Bobot Pertanyaan Positif
Sangat setuju dengan pernyataan	5
Setuju dengan pernyataan	4
Netral dengan pernyataan	3
Tidak setuju dengan pernyataan	2
Sangat tidak setuju dengan pernyataan	1

3. *Tabulating*

Tabulating hasil skoring akan dituangkan dalam bentuk table rekapitulasi sevara lengkap untuk seluruh item setiap variable. Adapun table rekapitulasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Rekapitulasi Pengubahan Data

Responden	Skor Item						Total
	1	2	3	4	...	N	
1							
...							
N							

3.7.2 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai layanan purna jual yang terdiri dari empat indikator yaitu *delivery*, *warranty*, *service quality*, dan *feedback* kepada konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki), Bandung.
2. Analisis deskriptif mengenai kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki), Bandung.

Dengan tujuan agar mendapatkan data yang akurat, dalam penelitian ini digunakan analisis data deskriptif. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Rancangan analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

- b. Membuat daerah kategori kontinum

Membagi daerah ketegori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Rendah} = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST : Skor Tertinggi

SR : Skor Terendah

JB : Jumlah Bulir

JR : Jumlah Responden

- Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- Selanjutnya menentukan daerah kontinum tinggi, sedang, dan rendah dengan cara menambahkan selisih (R) dari mulai kontinum tinggi sampai rendah.
- c. Menentukan garis kontinum dan menentukan daerah letak skor untuk variabel layanan purna jual (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3.1 Garis Kontinum Variabel X dan Y

3.7.3 Teknik Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif, digunakan untuk menguji hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh layanan purna jual (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis korelasi.

Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Berikut adalah langkah-langkah dalam analisis verifikatif :

1. Perhatikan setiap bulir

Faizal Nugroho, 2015

PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEBEK SUZUKI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Untuk setiap bulir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1,2,3,4,5.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi, dengan menggunakan rumus : $p_i = f/N$
4. Tentukan proporsi kumulatif.
5. Dengan menggunakan table distribusi normal, hitung nilai z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Tentukan nilai identitas untuk setiap nilai z diperoleh.
7. Tentukan *Skala Value* (SV) dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit} - \text{Area Below Lower Limit})}$$

Keterangan :

Skala Value : Nilai skala

Density at Lower Limit : Densitas batas atas

Density at Upper Limit : Densitas batas bawah

Area Below Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Below Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

8. Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS + k \qquad K = [1 + |NS_{\min}|]$$

Langkah-langkah diatas apabila dijabarkan dalam bentuk tabel akan terlihat sebagai berikut :

Table 3.7
Pengubahan Data Ordinal ke Interval

Kriteria	1	2	3	4	5
Frekuensi					
Proporsi					
Proporsi Kumulatif					
Nilai					
Skala Value					

Catatan : Skala terkecil dibuat sebesar 1, maka SV terkecil adalah +

Secara teknis untuk merubah data menjadi skala interval akan dibantu dengan aplikasi *Microsoft Office Excel* dengan menggunakan fasilitas *Method of Successive Interval*.

3.7.3.1 Pengujian Persyaratan Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan uji persyaratan regresi. Adapun syarat dari uji normalitas data menurut Suharsimi Arikunto (2010:278) menyebutkan bahwa dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikasi yang ditetapkan.

3.7.3.2 Analisis Korelasi

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis koefisien korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara variabel yang diteliti. Penggunaan korelasi *product moment* digunakan untuk menguji hubungan antara variabel X dan Y.

Teknik korelasi *product moment* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio. Rumus koefisien korelasi *Product Moment* :

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

Sugiyono, (2011:193)

Terdapat dua jenis hubungan variabel yaitu hubungan positif dan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti kenaikan (penurunan) Y. ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut Koefisien korelasi (r). Nilai r harus paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya :

- Jika nilai $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
- Jika nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- Jika nilai $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah.

Tabel 3.8
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, (2011:184)

3.7.3.3 Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) kepuasan konsumen dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) layanan purna jual atau prediktor secara individual. Maksud dari teknik analisis ini juga dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen ataupun sebaliknya. Menurut Sugiyono (2011:270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

$$\alpha = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum Y \sum X}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Setelah harga a dan b ditemukan, maka persamaan regresi linier sederhana dapat disusun. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan).

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. Artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi adalah alat statistik untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$, maka dari itu digunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Sebelum nilai r^2 digunakan untuk membuat kesimpulan terlebih dahulu harus diuji apakah nilai-nilai r^2 ini terletak dalam daerah penerimaan atau penolakan H_0 . Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah cara untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara layanan purna jual sebagai variabel independent dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependent yang

pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk menguji signifikansi kolerasi antara variabel X dan variabel Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari distribusi student adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sugiyono (2011:184)

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi dari uji

n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- Jika $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya koefisien regresi signifikan. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.
- Jika $t_{hitung} \leq$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.