

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:95) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dalam penelitian ini di kemukakan dua macam variabel, yaitu :

1. Variabel bebas (variabel Independen) dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X) yang terdiri dari *Performance, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics, Conformance to Specification, Perceived quality, Special feature.*
2. Variabel terikat (variabel dependen) dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y), yang terdiri dari, melakukan pembelian secara teratur, membeli di luar lini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain, Kekebalan produk pesaing.

3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Setiap penelitian yang akan dilakukan, harus ditentukan jenis dan metode penelitian yang akan digunakan, hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono 2014:29). Berdasarkan variabelnya, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2014:26) penelitian deskriptif berarti tujuan penelitian lebih bersifat menggambarkan atau memotret obyek yang diteliti. Penelitian yang bersifat pedeskripsian misalnya penelitian untuk menggambarkan profil produk suatu organisasi bisnis tertentu atau profil pekerjaan dan tenaga kerja industri tertentu. Penelitian verifikatif berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan

adanya keragu-raguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu. Penelitian tersebut untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh dari (variabel independen (X) Kualitas Produk) terhadap (variabel dependen (Y) Loyalitas Pelanggan).

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi secara langsung dilapangan. Waktu penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*, karena penelitian ini kurang dari satu tahun.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan (Arikunto, 2010). Sehingga dapat diketahui antara variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi.

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah desain kausalitas. Desain kausalitas bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, yang diteliti dalam hal ini adalah Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2014, 95) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X) yang memiliki indikator *Performance*, *Reliability*, *Durability*, *Serviceability*, *Aesthetics*, *Conformance to Specification*, *Perceived quality*, *Special feature*. Sedangkan variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat yang memiliki indikator melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain, Kekebalan produk pesaing.

Pengoperasian variabel dari kedua variabel variabel yang akan dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala interval. Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

VARIABEL/KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. Item
KUALITAS PRODUK (X) Kualitas produk adalah faktor yang paling penting untuk pemilihan masing-masing sepeda motor merek / model terutama di lingkungan pasar di	<i>Performance</i> (Kinerja)	Tingkat kinerja mesin sepeda motor Honda Vario	Ordinal	1
		Tingkat kinerja sistem pengereman sepeda motor Honda Vario	Ordinal	2
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Tingkat kehandalan pada akselerasi Honda Vario	Ordinal	3
		Tingkat kenyamanan pada Honda Vario	Ordinal	4

mana tingkat persaingan sangat ketat dan harga kompetitif (Shaharudin et al., 2010).		Tingkat keiritan bahan bakar Honda Vario	Ordinal	5
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Tingkat daya tahan mesin pada Honda Vario	Ordinal	6
		Tingkat daya tahan <i>spare parts</i> asli pada Honda Vario	Ordinal	7
		Tingkat daya tahan plastik <i>cover body</i> Honda Vario		8
	<i>Serviceability</i> (Kemampuan Melayani)	Tingkat garansi servis Honda Vario	Ordinal	9
		Tingkat ketersediaan spare part Honda Vario	Ordinal	10
	<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Tingkat daya tarik desain <i>body</i> pada Honda Vario	Ordinal	11
		Tingkat daya tarik perpaduan warna <i>striping</i> Honda Vario	Ordinal	12
	<i>Conformance to Specification</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	Tingkat kesesuaian kapasitas mesin pada Honda Vario dengan spesifikasi	Ordinal	13
		Tingkat kesesuaian kapasitas bagasi pada Honda Vario dengan spesifikasi	Ordinal	14

		Tingkat kesesuaian sorotan cahaya lampu pada Honda Vario dengan spesifikasi	Ordinal	15
	<i>perceived quality</i> (Persepsi Kualitas)	Tingkat persepsi kualitas mesin Honda Vario	Ordinal	16
		Tingkat persepsi kualitas teknologi Honda Vario	Ordinal	17
		Tingkat persepsi bagian kualitas Honda Vario	Ordinal	18
	<i>Special Feature</i> (Fitur)	Tingkat daya tarik fitur lampu depan LED pada Honda Vario	Ordinal	19
		Tingkat daya tarik fitur <i>Idling Stop System</i> pada Honda Vario	Ordinal	20
		Tingkat daya tarik fitur <i>Answer Back System</i> pada Honda Vario	Ordinal	21
Loyalitas Pelanggan (Y) Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang/jasa	melakukan pembelian secara teratur	Tingkat pembelian ulang Honda Vario	Ordinal	22
	membeli di luar lini produk/jasa	Tingkat pembelian <i>spare part</i> asli Honda	Ordinal	23
		Tingkat Pembelian oli asli Honda	Ordinal	24
	merekomendasikan kepada	Tingkat keinginan untuk merekomendasikan Honda	Ordinal	25

perusahaan yang dipilih. Griffin dalam (Ratih 2015:129)	orang lain	Vario kepada orang lain		
		Tingkat keinginan menceritakan hal baik Honda Vario kepada orang lain	Ordinal	26
	kekebalan produk pesaing	Tingkat penolakan sepeda motor skutik tipe/merek lain	Ordinal	27

Sumber : Hasil olahan penulis

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber yang diperlukan untuk penelitian, bila dilihat dari sumber datanya, maka mengumpulkan data dapat diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang hubungannya dengan objek penelitian. Jenis dan sumber yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kelompok, antara lain:

1. Menurut Sugiyono (2014:223) yang dimaksud dengan data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya, data skunder diperoleh dari pihak lain yaitu dari buku – buku, artikel, serta tulisan – tulisan ilmiah (Sugiyono 2014:223). Sumber data skunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Data Pertumbuhan Penjualan Sepeda Motor	Sekunder	Triatmono.info
2	Penjualan Sepeda Motor di	Sekunder	prasetyo676.com,

	Indonesia Berdasarkan Jenisnya Pada Tahun 2014-2016		http://otomotif.kompas.com , dan otomotifnet.com
3	Market Share Matic Tahun 2006-2016	Sekunder	autoblogindonesia.wordpress.com , http://otonity.com dan otomotifnet.com
4	Data Penjualan Motor Honda Vario series 2010 - 2016	Sekunder	oto.detik.com , warungasep.net , dan otomotif.liputan6.com
5	Kepuasan dan Loyalitas terhadap Sepeda Motor Honda Vario	Primer	Hasil pra-penelitian
6	Pemilihan Produk Honda Vario series	Primer	Hasil pra-penelitian Penulis

Sumber: Hasil Olahan Penulis

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik dengan cara pengumpulan data dan informasi dengan cara mempelajari berbagai laporan, referensi, jurnal, kepustakaan, internet, buku, dan literatur lain yang mempunyai hubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yang berkaitan dengan kualitas produk dan Loyalitas Pelanggan.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yaitu pelanggan honda vario series yang berkaitan dengan penelitian ini kualitas produk dan loyalitas pelanggan untuk dijawabnya. Selain dengan kuesioner secara tulis manual penulis juga menggunakan kuesioner online dengan bantuan Google Docs.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:148). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen pengguna honda vario di Universitas Pendidikan Indonesia. Populasi dalam penelitian ini kurang-lebih 300 pengguna Honda Vario di UPI (sumber: K3 Universitas Pendidikan Indonesia).

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:149). Melakukan sampling dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan oleh keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang dimiliki baik peneliti ataupun populasi. Berdasarkan kutipan di atas, mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diteliti.

Untuk jumlah penarikan sampel penelitian, dihitung dengan rumus Taro Yamane yang berasal dari jurnal ukuran sampel samian :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

d : Level signifikansi atau alpha yang diinginkan (0,01)

Dendan perhitungan sebagai berikut

$$n = \frac{300}{300 \cdot 0,01 + 1} = \frac{300}{4} = 75 \text{ orang}$$

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai

teknik sampling yang digunakan. Untuk teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan ini adalah *sampling purposive*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2014:156) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* Alasan mengambil *purposive sampling* karena kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dimana kriteria tersebut yaitu responden haruslah di Universitas Pendidikan Indonesia pengguna sepeda motor Honda Vario.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2014:178) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan sering disusun sendiri termasuk menguji validitas dan reliabilitasnya.

3.6.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014:202). Rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen ini yaitu rumus korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:213)

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
 Y = Skor total yang diperoleh dari dari seluruh item
 $\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X
 $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y
 n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel}
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel}

Secara cara teknis pengujian instrument dengan rumus diatas menggunakan software SPSS 22.0 *for windows*. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.3

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Bersarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 0,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Tidak berkorelasi

Sumber: Arikunto (2010:319)

Pengujian Validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan $n = 30 - 2 = 28$ didapat r_{tabel} sebesar 0,374. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel kualitas produk dan loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 3.4:

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X (Kualitas Produk)

No.	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kinerja mesin Honda Vario bekerja dengan baik	0,580	0,374	Valid
2	Kinerja sistem pengereman Honda Vario bekerja dengan baik	0,313	0,374	Tidak Valid
3	Akselerasi (peningkatan kecepatan) Honda Vario handal	0,461	0,374	Valid
4	Skutik Honda Vario nyaman	0,641	0,374	Valid
5	Bahan Bakar Honda Vario irit	0,471	0,374	Valid
6	Mesin Honda Vario memiliki daya tahan yang baik	0,659	0,374	Valid
7	Spare part asli Honda Vario mudah didapat	0,567	0,374	Valid
8	Plastik cover body Honda Vario memiliki daya tahan yang baik	0,577	0,374	Valid
9	Honda Vario mempunyai garansi servis	0,438	0,374	Valid
10	Spare part Honda Vario mudah didapat	0,302	0,374	Tidak Valid
11	Desain body Honda Vario menarik	0,495	0,374	Valid
12	Perpaduan warna striping Honda Vario	0,562	0,374	Valid

	menarik			
13	Kapasitas mesin Honda Vario sesuai dengan spesifikasi	0,489	0,374	Valid
14	Kapasitas bagasi Honda Vario sesuai dengan spesifikasi	0,712	0,374	Valid
15	Sorotan cahaya lampu Honda Vario sesuai dengan spesifikasi	0,550	0,374	Valid
16	Kualitas mesin Honda Vario memberikan kesan yang positif	0,843	0,374	Valid
17	Kualitas teknologi Honda Vario memberikan kesan yang positif	0,739	0,374	Valid
18	Kualitas plastik Honda Vario baik (tidak cepat pudar)	0,716	0,374	Valid
19	Penggunaan lampu depan LED pada Honda Vario menarik	0,420	0,374	Valid
20	Penerapan teknologi Idling Stop System (mesin dapat berhenti secara otomatis pada Honda Vario menarik	0,470	0,374	Valid
21	Penerapan fitur Answer Back System (Untuk memudahkan pencarian sepeda motor saat parkir) pada Honda Vario menarik	0,477	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017 dengan SPSS 22.0 *for windows*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel X (kualitas produk) pada Tabel 3.4 diatas, dari beberapa pernyataan diatas 19 butir pernyataan dinyatakan valid karena $r_{tabel} \leq r_{hitung}$, sedangkan 2 butir pernyataan yaitu no. 2 dan no. 10 dinyatakan tidak valid karena $r_{tabel} \geq r_{hitung}$. Dengan begitu terdapat

19 butir pernyataan variabel X (kualitas produk) yang akan dilakukan penelitian selanjutnya.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

No.	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Saya membeli Honda Vario secara berulang	0,416	0,374	Valid
2	Saya membeli spare part asli Honda	0,567	0,374	Valid
3	Saya membeli oli asli Honda	0,457	0,374	Valid
4	Saya berkeinginan untuk merekomendasikan Honda Vario kepada orang lain	0,851	0,374	Valid
5	Saya berkeinginan untuk menceritakan hal baik Honda Vario kepada orang lain	0,885	0,374	Valid
6	Saya menolak skutik tipe/merek lain	0,537	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017 dengan SPSS 22.0 *for windows*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Y (loyalitas pelanggan) pada Tabel 3.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari pernyataan no. 1 sampai dengan no. 6 dinyatakan valid karena $r_{tabel} \leq r_{hitung}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto (2010:221) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70. Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

k = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = 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 sebagai berikut:
 - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b) Memberikan nomer 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_t^2 dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Varians

N = Jumlah responden

$\sum x$ = Jumlah skor

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Secara teknis pengujian instrumen dengan rumus-rumus diatas menggunakan fasilitas *software SPSS 22.0 for windows*, dengan hasil yang tercantum pada Tabel 3.6 :

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk dan Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,891	0,700	Reliabel
2	Loyalitas Pelanggan	0,778	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015 dengan SPSS 22.0 *for Windows*

Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2 = 28$) maka bila dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0,700. Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu kualitas produk dan loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan r_{hitung} variabel kualitas produk dan r_{hitung} loyalitas pelanggan lebih besar dari r_{tabel} .

Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dengan demikian penelitian ini dapat dilanjutkan tanpa adanya suatu kendala terjadinya kegagalan penelitian yang disebabkan oleh instrument penelitiannya yang belum teruji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

3.7 Rancangan Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari responden kemudian harus dilakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruh antara variabel (X) kualitas produk dan variabel (Y) loyalitas pelanggan.

Menurut Arikunto (2010:278) secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut:

- *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrumen barangkali ada yang terlepas atau sobek).
- *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5.

Tabel 3.7
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- *Tabulating*, maksudnya menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam tabel rekapitulasi secara lengkap.

Tabel 3.8
Rekapitulasi Pengelohan Data

Responden	Skor Item			
	1	2	3	N

1				
2				
3				
N				

3.7.1 Analisis Deskriptif

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

- Analisis deskriptif mengenai kualitas produk Honda Vario, yang terdiri dari delapan indikator yaitu *Performance*, *Reliability*, *Durability*, *Serviceability*, *Aesthetics*, *Conformance to Specification*, *Perceived quality*, dan *Special feature* di Universitas Pendidikan Indonesia yang memakai Honda Vario.
- Analisis deskriptif mengenai Loyalitas Pelanggan yang memiliki empat indikator yaitu melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing di Universitas Pendidikan Indonesia yang memakai Honda Vario.

Melakukan rancangan analisis deskriptif, yaitu mengolah data dari kuesioner dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan jumlah skor kriterium (SK)

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

Keterangan :

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

- Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil skor digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan :

x_i = Jumlah skor

$x_1 + x_2$ = Jumlah skor angket masing-masing responden

- Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Tinggi : SK ST x JB x JR

Rendah : SK = SR x JB x JR

Keterangan :

ST = skor tertinggi

SR = skor terendah

JB = jumlah butir

JR = jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus :

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

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk variabel X kualitas produk dan variabel Y loyalitas pelanggan

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------	--------	---------------

Gambar 3.1
Garis Kontinum Variabel X dan Y

3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario. Karena penelitian ini hanya

Riki Ramdani, 2017

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO

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

meneliti dua variabel maka teknik analisa yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

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

3.7.2.1 Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) loyalitas pelanggan dapat diprediksikan melalui variabel independen (X) kualitas produk 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 (2014:270) 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 :

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

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

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

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 dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.7.2.2 Analisis Kolerasi

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearsonian Coefficient Correlation* atau sering juga disebut dengan *The Product Moment Coefficient Correlation* (koefisien korelasi produk *moment*). Rumusnya adalah :

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

(Suharimin Arikunto, 2010:213)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor total

$\sum X$ = 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 = Banyak responden

Korelasi produk momen dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 < r < 1$), apabila $r = -1$ artinya korelasinya negative sempurna; $r = 0$ tidak ada korelasi; $r = 1$ berarti koefisien korelasi yang diteliti, maka dapat berpedoman kepada Tabel 3.9 :

Tabel 3.9
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Sugiyono (2014:287)

3.8 Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara kualitas produk sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari pada hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk menguji signifikansi korelasi 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 (2014:288)

Keterangan :

t = distribusi student

- r = koefisien kolerasi 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 kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario.
- Jika $t_{hitung} \leq$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda Vario.