

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa waktu yang lalu perekonomian Indonesia terpuruk, tetapi belakangan ini situasi perekonomian Indonesia mulai kembali meningkat, diikuti oleh perubahan – perubahan dalam teknologi di sekeliling kita. Salah satu contohnya adalah perubahan teknologi. Komunikasi, informasi dan otomotif adalah sebagian dari teknologi yang sangat berkembang pesat dan semakin canggih dalam beberapa tahun terakhir ini. Perubahan – perubahan ini mengacu pada kecepatan, keefisienan dan praktis. Hal ini mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia usaha, sehingga perusahaan meningkatkan dengan menawarkan produk – produknya untuk menarik minat konsumen. Ada berbagai macam dan jenis produk yang ditawarkan oleh produsen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang memiliki keunggulan – keunggulan kompetitif akan banyak dikonsumsi oleh masyarakat sehingga terbentuk konsumen yang loyal. Pelaku bisnis akan menanamkan dalam ingatan konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan merupakan produk terbaik dan akan memberikan manfaat – manfaat produk yang lebih untuk memberi kepuasan kepada konsumen.

Menurut Kotler produk dapat didefinisikan sebagai berikut (Terjemahan Warsana, 1989 : 66) :

“ Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan keinginan pihak lain. ”

Produsen akan meyakinkan konsumen bahwa apa yang ditawarkan oleh produk tersebut akan sesuai dengan yang diharapkan atau diinginkan konsumen. Produsen akan merancang produk sedemikian rupa agar tercipta ingatan tertentu diingatan konsumen sehingga konsumen akan memahami dan menghargai produk yang diciptakan oleh produsen dan akan menyukainya (Kotler, 1983 :18)

“ Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang memberikan keunggulan dan prestasi yang baik. Manajer pada organisasi yang berorientasi pada produk ini akan memfokuskan energi pada pembuatan produk yang baik dan perbaikannya secara terus menerus. “

Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada dasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Dengan memahami perilaku konsumen pihak manajemen dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut (Swastha, 1982 : 9) :

Prilaku konsumen adalah kegiatan – kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang – barang

dan jasa – jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut.

Proses pengambilan keputusan individu dalam menilai, mendapatkan, dan menggunakan barang dan jasa berkaitan erat dengan pandangan atau penilaian individu tersebut terhadap barang atau jasa yang suatu produk apabila pandangan atau penilaian terhadap produk tersebut masing – masing individu mempunyai penilaian yang berbeda – beda, meskipun dalam situasi yang sama. Hal ini dikarenakan kemampuan setiap individu untuk menangkap, menyusun, dan menafsirkan dari situasi tertentu dengan cara yang berbeda – beda. Dapat dikatakan bahwa proses konsumen dalam menciptakan suatu gambaran mengenai produk tertentu dimana gambaran tersebut akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian sehingga penilaian konsumen terhadap produk sangat penting untuk diketahui oleh perusahaan. Selain itu penilaian konsumen juga dapat mempengaruhi penilaian yang baik atau positif maka konsumen akan loyal kepada produk tersebut.

Seperti yang disinggung diatas, otomotif merupakan salah satu faktor perkembangan teknologi dewasa ini. Dan salah satunya adalah sepeda motor, berbagai macam dan merek sepeda motor sudah banyak sehingga konsumen perlu memperhatikan aspek –aspek tertentu dalam menentukan pilihan mereka.

Yamaha yang merupakan salah satu produsen sepeda motor terkenal di Indonesia. “ Selalu yang Terdepan ” merupakan motto dari pihak perusahaan Yamaha, dengan produknya terkenal seperti : Jupiter, Vega, Mio, Nouvo, RX

King, Scorpio dan lainnya. Dari produk – produk diatas yang mempunyai jenis mesin dengan transmisi automatic adalah Yamaha Mio dan Yamaha Nouvo.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis mencoba melakukan penelitian mengenai : “ **Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Sepeda Motor Yamaha Mio di Kotamadya Yogyakarta** ”.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini antara lain :

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio di Kotamadya Yogyakarta ?
2. Apakah ada perbedaan penilaian konsumen dilihat dari karakteristik usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendapatan di kotamadya Yogyakarta ?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah yang dibahas tidak terlalu luas dan mendapatkan hasil observasi yang lebih baik, maka penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian yang dianalisis adalah konsumen sepeda motor Yamaha Mio.
2. Penelitian dilakukan di kotamadya Yogyakarta.

3. Waktu penelitian bulan November 2005 – Januari 2006.
4. Responden yang diteliti adalah orang yang berdomisili di Kotamadya Yogyakarta dan yang mengendarai sepeda motor Yamaha Mio.
5. Data yang akan diteliti yaitu :

5.1 Profil responden yang terdiri dari :

- a. Jenis kelamin :
 1. Pria
 2. Wanita
- b. Usia responden :
 1. Usia 16 – 25 tahun
 2. Usia 26 – 35 tahun
 3. Usia 36- 45 tahun
 4. Usia 46 – 55 tahun
 5. Lebih dari 55 tahun
- d. Pendidikan :
 1. SMP dan SMU
 2. Akademi (D1, D2, D3)
 3. Perguruan Tinggi (S1, S2, S3)
- e. Pendapatan :
 1. Kurang dari Rp.1.000.000
 2. Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 / bulan
 3. Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000 / bulan
 4. Rp. 3.000.001 – Rp. 4.000.000 / bulan
 5. Lebih dari Rp. 4.000.000 / bulan
- f. Pekerjaan :
 1. Pelajar / mahasiswa
 2. Karyawan
 3. Pensiunan

4. Wiraswasta

5. Lain – lain.

5.2. Atribut – atribut yang diteliti :

- a. Harga dibandingkan dengan merk motor lain.
- b. Tampilan
- c. Ketersediaan suku cadang
- d. Mesin
- e. Kenyamanan
- f. Pengoperasian

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui beberapa hal sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio di Kotamadya Yogyakarta ?
- b. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan Penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan jenis kelamin.
- c. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan Penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan usia.
- d. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan Penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan tingkat pendidikan.
- e. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan Penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan pendapatan.

- f. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan Penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan pekerjaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi :

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pemecahan yang dihadapi dan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi yang efektif sehingga dapat meningkatkan penjualannya, serta membantu perusahaan mengetahui penilaian konsumen terhadap motor produksinya.

b. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi peneliti sebagai sarana dan media untuk menerapkan pengetahuan secara praktis tentang hal – hal yang berhubungan dengan pelaksanaan studi ilmiah yang dipelajari.

c. Bagi pihak lain

Dapat dijadikan referensi penelitian lain yang ingin melakukan dan mengembangkan penelitian lainnya.

1.6 Hipotesis

Sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- a. Penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio di Kotamadya Yogyakarta adalah baik.
- b. Ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden.
- c. Ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik usia responden.
- d. Ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan responden.
- e. Ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik pendapatan responden.
- f. Ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan karakteristik pekerjaan responden.

1.7 Metodologi penelitian

Dalam penelitian ini metodologi penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1.7.1. Sumber data

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini maka penulis menggunakan sumber data :

1. Field Research (Penelitian Lapangan)

Merupakan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data primer untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan operasi perusahaan sebagai data penulisan, yang dilakukan dengan meninjau secara langsung ke perusahaan.

Penelitian Lapangan dilakukan dengan cara sebagai berikut :

⊕ Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan kemudian dibagi untuk dijawab oleh responden. Jumlah responden yang diambil untuk sample sebanyak 100 orang. Dengan pertimbangan responden memiliki sepeda motor Yamaha Mio.

⊕ Interview / wawancara

Interview adalah mengumpulkan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak yang berkepentingan (konsumen) yang berhubungan erat dengan objek penelitian. Cara ini digunakan dengan

maksud untuk memperoleh data tambahan yang tidak tercakup dalam kuesioner.

⊕ Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung untuk memperoleh gambaran jelas tentang objek yang akan diteliti, serta melakukan pencatatan sistematis sesuai data yang diperlukan.

2. Library Research (Penelitian Perpustakaan)

Merupakan penelitian untuk memperoleh data sekunder untuk membantu memperoleh gambaran tentang Brand Image secara lebih mendalam, yang diperoleh dari studi pustaka dengan cara membaca dan mempelajari buku acuan, literatur, catatan – catatan kuliah, makalah, artikel, serta sumber data atau media yang lain yang dianggap berkaitan dengan topik skripsi ini.

1.7.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah atau kumpulan dari unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang mengetahui sepeda motor Yamaha Mio.

Sedangkan sampel adalah sebagian populasi yang menjadi objek sesungguhnya dalam penelitian, dimana jumlah sampel lebih

sedikit dari jumlah populasi. Dalam penelitian ini sampelnya adalah semua orang yang memiliki sepeda motor Yamaha Mio dengan pertimbangan bahwa responden tersebut sudah berpengalaman langsung terhadap motor yang diketahuinya.

1.7.3. Metode Pengambilan Sampel

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh objek penelitian, akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Metode sampling yang digunakan adalah metode *Convenience Sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan mendapatkannya serta dianggap telah mewakili populasi sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini digunakan *Convenience Sampling* karena sampel yang diambil adalah responden yang kebetulan dijumpai memiliki atau menggunakan sepeda motor Yamaha Mio.

1.8 Metode Analisis Data

Analisis kuantitatif yaitu metode analisis data dengan menggunakan metode perhitungan statistik dan matematika, hasil analisis dapat berupa informasi sebagai dasar analisis data secara kuantitatif. Alat ukur yang digunakan sebagai berikut :

1.8.1. Uji validitas dan reliabilitas

- a.) Validitas dapat diartikan sebagai daerah yang membedakan dalam nilai skala observasi yang menggambarkan perbedaan nyata antara objek pada karakteristik yang diamati, bila dibandingkan *sistematik* atau *random error* (Malhotra, 2004). Penelitian dikatakan valid jika memang ada, dalam kenyataannya menggumpulkan data yang sesuai untuk menjawab pertanyaan atau tujuan yang dinyatakan dalam tahap pertama dalam penelitian (Schiffman dan Kanuk, 2004). Penulis menggunakan koefisien korelasi Pearson dengan SPSS 10.05 untuk menguji validitas.

Rumus koefisien korelasi Pearson adalah :

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

Dimana:

r_{XY} = Koefisien relasi antara nilai (X) dan nilai (Y).

N = Jumlah responden yang diperoleh.

X = Jumlah nilai (X).

Y = Jumlah nilai variabel (Y).

X^2 = Jumlah nilai (X) yang dikuadratkan.

Y^2 = Jumlah nilai variabel (Y) yang dikuadratkan.

Dengan taraf signifikansi (α) = 0,05, apabila r hitung > r tabel, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid.

- b.) Reliabilitas adalah konsistensi dan kestabilan dari skal pengukuran (Sekaran, 2000). Jika pertanyaan yang sama, diminta dari sampel yang sama, dan menemukan hasil yang sama maka penelitian dapat dikatakan mempunyai reliabilitas (Schiffman dan Kanuk, 2004). Dalam tesis ini, penulis menggunakan Cronbach alpha untuk mengukur reliabilitas dengan memakai program software SPSS 13. Dan untuk menghitung rumus Cronbach alpha adalah (Bagozzi, 1996):

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dimana :

n = Banyak pengukuran

S_i^2 = varian dari pengukuran I

S_t^2 = varian dari total skala yang terbentuk oleh jumlah pengukuran.

Hasil dalam Cronbach alpha akan berkisar dari 0 sampai 1. Cronbach alpha yang semakin mendekati 1, semakin reliable pengukuran tersebut. Sebaliknya Nunnally (1969) mengatakan bahwa variabel yang reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0.60 (Ghozali, 2002).

1.8.2. Analisis Persentase

Masalah pertama tentang karakteristik responden yang diteliti, dianalisis dengan analisis persentase. Hasil ini diperoleh dari jawaban kuesioner, tentang identitas karakteristik responden yang meliputi : jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan. Penggunaan analisis persentase ini bertujuan untuk mengetahui profil dari pengendara sepeda motor Yamaha Mio dengan mengadakan perbandingan ukuran persentase jawaban pada kuesioner.

Rumus persentase yang digunakan (Prof. Drs. J Supranto, M.A, 2001)

$$\%P = \frac{A}{N} \times 100\%$$

dimana,

%P = Persentase

A = Jumlah data yang dianalisis

N = Total responden

1.8.3. Analisis Rata-rata Hitung (Arithmetic Mean)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui respon atas penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio. Pada umumnya analisis ini digunakan untuk menghitung rata-rata hitung dari data sampel yang terdiri dari 100 atau kurang dari 100 observasi. Rumus rata – rata hitung yang digunakan adalah (Djarwanto, 1989 : 209) :

$$z = \frac{xk}{N.n}$$

Dimana :

z = Nilai tanggapan konsumen

x_k = Nilai kuantitatif total

N = Jumlah responden

n = Jumlah item

Untuk menguji kesesuaian penilaian konsumen terhadap atribut sepeda motor Yamaha Mio. Uji t- test digunakan untuk membuktikan hipotesis butir (1) butir.

Rumus :

$$t = \frac{x - \mu}{s / \sqrt{n-1}}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

x = Rata – rata hitung

μ = Nilai yang dihipotesiskan

S = Simpangan baku sampel

N = Jumlah anggota sampel

Langkah – langkah :

1. Menentukan formulasi H_o dan H_a

$$H_o = \mu < 3$$

$$H_a = \mu > 3$$

Dalam skala Likert antara 1 – 5 dicari nilai tengahnya yang digunakan sebagai rata – rata *test valuenya* yaitu 3, dengan asumsi kurang dari 3 dianggap buruk dan lebih dari 3 dianggap baik.

2. Menentukan taraf signifikan (α), yakni 5 %

3. $df = (n - 1) (k-1)$
4. Menarik kesimpulan.

1.8.4. Analisis t - test

Untuk menyatakan perbedaan penilaian konsumen Yogyakarta terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan jenis kelamin, maka penulis menggunakan sampel uji t untuk menguji hipotesis. Rumus yang dipergunakan sebagai berikut (Sugiyono,1999):

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{S_1^2/N_1 + S_2^2/N_2}}$$

Dimana:

X_1 = Rata – rata pria

X_2 = Rata – rata wanita

N_1 = Jumlah sampel pria

N_2 = Jumlah sampel wanita

S_1 = Varian pria

S_2 = Varian wanita

a. Hipotesis:

H_0 : Tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan jenis kelamin

H_a : Ada perbedaan penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan jenis kelamin

b. Pengambilan keputusan

Jika nilai probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima

Jika nilai probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak

1.8.5. Uji one way anova

Metode ini digunakan untuk menguji dua atau lebih rata-rata populasi yang sama. (Algifari, 1979;99). Analisis akan dilakukan oleh penulis dengan menggunakan program SPSS. Prosedur dalam melakukan uji ini sebagai berikut :

- a. Membuat hipotesis :

H_0 : Tidak ada perbedaan penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan karakteristik responden

H_a : Ada perbedaan penilaian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio berdasarkan karakteristik responden.

- b. Mengukur tabel F

Distribusi yang sesuai untuk One way anova adalah distribusi F. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{S_B^2}{S_W^2}$$

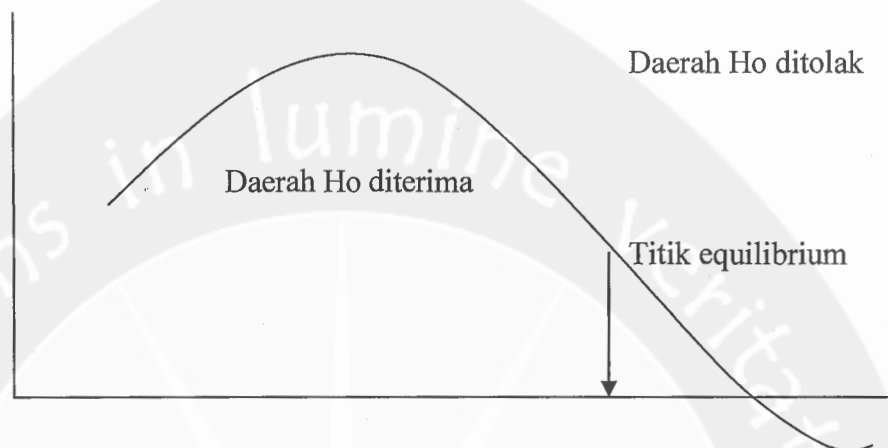
Dimana :

S_B^2 = Perhitungan varian antar grup

S_W^2 = Perhitungan gabungan kedua grup

- c. Pengambilan Keputusan

Dengan nilai yang diperoleh diatas antara daerah Ho yang diterima dan daerah Ho yang ditolak, kita dapat menggambarkan daerah pembuat keputusan sebagai berikut :



Daerah Ho diterima dan daerah Ho ditolak pada tingkat signifikan level 5% *Degree of Freedom*

Ho diterima jika: $F_{ukur} < F_{tabel}$

Ho ditolak jika: $F_{ukur} > F_{tabel}$

1. 9. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun skripsi ini penulis berusaha menguraikan secara sistematis dan singkat isi pembahasan. Untuk itu, penulis membagi skripsi dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Di dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metode analisis data dan sistematika penulisan.

Bab II : landasan teori

Dalam bab ini akan membahas dasar – dasar teori dan rumus – rumus yang akan mendukung penelitian ini.

Bab III : Metodologi penelitian

Bab ini berisi pembahasan tentang populasi dan sampel, data – data yang diperoleh serta sumber data yang mendukung, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang akan dilakukan.

Bab IV : Analisis data

Bab ini berisi tentang hasil pengolahan data dan analisis daya serta penafsiran hasil analisis yang diperoleh dari kuesioner.

Bab V : Kesimpulan dan saran

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan pada bab – bab sebelumnya dan saran – saran perbaikan yang mungkin berguna bagi aktivitas perusahaan yang akan datang.