



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 PT Toyota Sales Operation (Auto2000)

Auto2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT Astra International Tbk. Saat ini Auto2000 adalah *main dealer* Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai antara 70-80 % dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, Auto2000 berhubungan dengan PT Toyota Astra Motor yang menjadi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota. Auto2000 adalah *dealer* resmi Toyota bersama 4 *dealer* resmi Toyota yang lain.

Auto2000 berkembang pesat karena memberikan berbagai layanan yang sangat memudahkan bagi calon pembeli maupun pengguna Toyota. Dengan slogan “**Urusan Toyota jadi mudah!**” Auto2000 selalu mencoba menjadi yang terdepan dalam pelayanan. Produk-produk Auto2000 yang inovatif seperti *THS (Toyota Home Service)*, *Express Maintenance* (servis berkala hanya satu jam), *Express Body Paint* (perbaikan body 3 panel dalam 8 jam saja) dan *Booking Service* mencerminkan perhatian Auto2000 yang tinggi kepada pelanggannya.

Auto2000 memiliki cabang yang tersebar di seluruh Indonesia (kecuali Sulawesi, Maluku, Irian Jaya, Jambi, Riau, Bengkulu, Jawa Tengah dan D.I.Y).

Selain cabang-cabang Auto2000 (disebut *direct*) yang berjumlah 72 cabang, Auto2000 juga memiliki *dealer* yang tersebar di seluruh Indonesia (disebut *indirect*), yang totalnya berjumlah 73 *outlet*. Dengan demikian, terdapat 145 cabang (*Direct Sub* cabang dan *Indirect*) yang mewakili penjualan Auto2000 di seluruh Indonesia. 48 bengkel milik Auto2000 merupakan yang terbesar dan terlengkap di Asia Tenggara. Selain itu, Auto2000 juga memiliki 596 *partshops* yang menjamin keaslian suku cadang produk Toyota. Hingga saat ini, Auto2000 masih terus membuka cabang-cabang baru di lokasi yang strategis guna untuk semakin mendekatkan diri kepada *customer* setianya.

Auto2000 berdiri pada tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales dan baru pada tahun 1989 berubah nama menjadi Auto2000.

3.1.2 *What Business are We In*

Kami ada untuk memberikan pengalaman yang berkesan dalam membeli dan memiliki kendaraan Toyota.

3.1.3 Visi-Misi Perusahaan

Visi Perusahaan :

“Menjadi *dealer* Toyota terbaik dan paling handal di Indonesia melalui proses kerja berkelas dunia”.

Misi Perusahaan :

1. Memberikan pengalaman terbaik dalam membeli dan memiliki Toyota kepada pelanggan

2. Mencapai dan mempertahankan posisi *market share* no.1 di seluruh segmen dan wilayah
3. Menciptakan lingkungan kerja terbaik
4. Menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

3.1.4 Budaya Auto2000

Budaya memegang peranan penting terhadap jalannya suatu perusahaan dan juga menjadi identitas perusahaan. Selain itu, budaya perusahaan harus diyakini bersama oleh seluruh karyawan pada perusahaan-perusahaan besar. Tanpa adanya budaya maka perusahaan akan hancur berantakan. Hal ini pula yang terjadi pada Auto2000 yang memiliki budaya perusahaan, yakni **FIRST**. **FIRST** adalah singkatan dari *Focus on Customer, Integrity, Respect for Others, Strive for Excellence* dan *Teamwork*. **FIRST** merupakan budaya Auto2000 yang sudah ada sejak awal tahun 2000-an dan sejak awal tahun 2012 yang lalu, manajemen Auto2000 memutuskan untuk menginternalisasi dan mensosialisasikan kembali budaya **FIRST** di Auto2000.

3.1.5 Mengapa Auto2000

Mudah (Ease)

Auto2000 memberikan berbagai kemudahan kepada pelanggan

1. Kemudahan mendapatkan informasi dengan menyediakan berbagai sumber, mulai dari kantor cabang, pameran, situs web, telepon hingga *call center* dan lain-lain.

2. Kemudahan pembelian dengan menyediakan berbagai fasilitas termasuk tukar tambah, proses kredit dan asuransi.
3. Kemudahan layanan purna jual dengan memberikan servis bengkel yang lengkap dan terpadu.

Personal (Personal)

Auto2000 melayani pelanggan secara personal. Dengan membangun *database* pelanggan secara komprehensif. Auto2000 memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Anda tidak perlu dipusingkan masalah perawatan mobil dan lainnya karena Auto2000 akan memberitahu anda secara personal, misalnya kapan saat perawatan berkala mesti dilakukan, kapan masa kredit berakhir dan lainnya.

Handal (Reliable)

Auto2000 didukung oleh tim dan sistem yang handal :

1. Wiraniaga profesional
2. Teknisi yang memiliki sertifikasi Toyota Internasional
3. Sistem Teknologi Informasi yang handal, yang mencatat historis kendaraan dan dapat diakses secara *online* oleh bengkel-bengkel Auto2000 di seluruh Indonesia
4. Garansi atas perbaikan yang dilakukan.

3.1.6 Auto2000 Service Department

Auto2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT Astra International Tbk. Di dalam penelitian ini, peneliti memilih departemen servis atau bengkel yang berperan sebagai jaringan jasa perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang mobil merek Toyota. Departemen servis Auto2000 dipimpin oleh seorang *service head* (kepala bengkel).

Ruang lingkup departemen servis atau bengkel fokus pada kegiatan perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang mobil khusus merek Toyota. Demi kepuasan pelanggan, Auto2000 memberikan berbagai produk fasilitas dan yang memanjakan dan memudahkan pelanggan di dalam merawat dan memperbaiki kendaraannya. Produk-produk Auto2000 yang inovatif seperti *THS (Toyota Home Service)*, *Express Maintenance* (servis berkala hanya satu jam), *Express Body Paint* (perbaikan body 3 panel dalam 8 jam saja) dan *Booking Service* mencerminkan perhatian Auto2000 yang tinggi kepada pelanggannya. Fasilitas ruang tunggu yang nyaman disertai bahan bacaan, *snack*, jaringan *WIFI* dan berhadapan langsung dengan *stall* tempat kendaraan di servis sehingga *customer* dapat langsung memperhatikan kendaraannya ketika di servis. mencerminkan bahwa Auto2000 tidak main-main di dalam mengutamakan kemudahan dan kepuasan pelanggan.

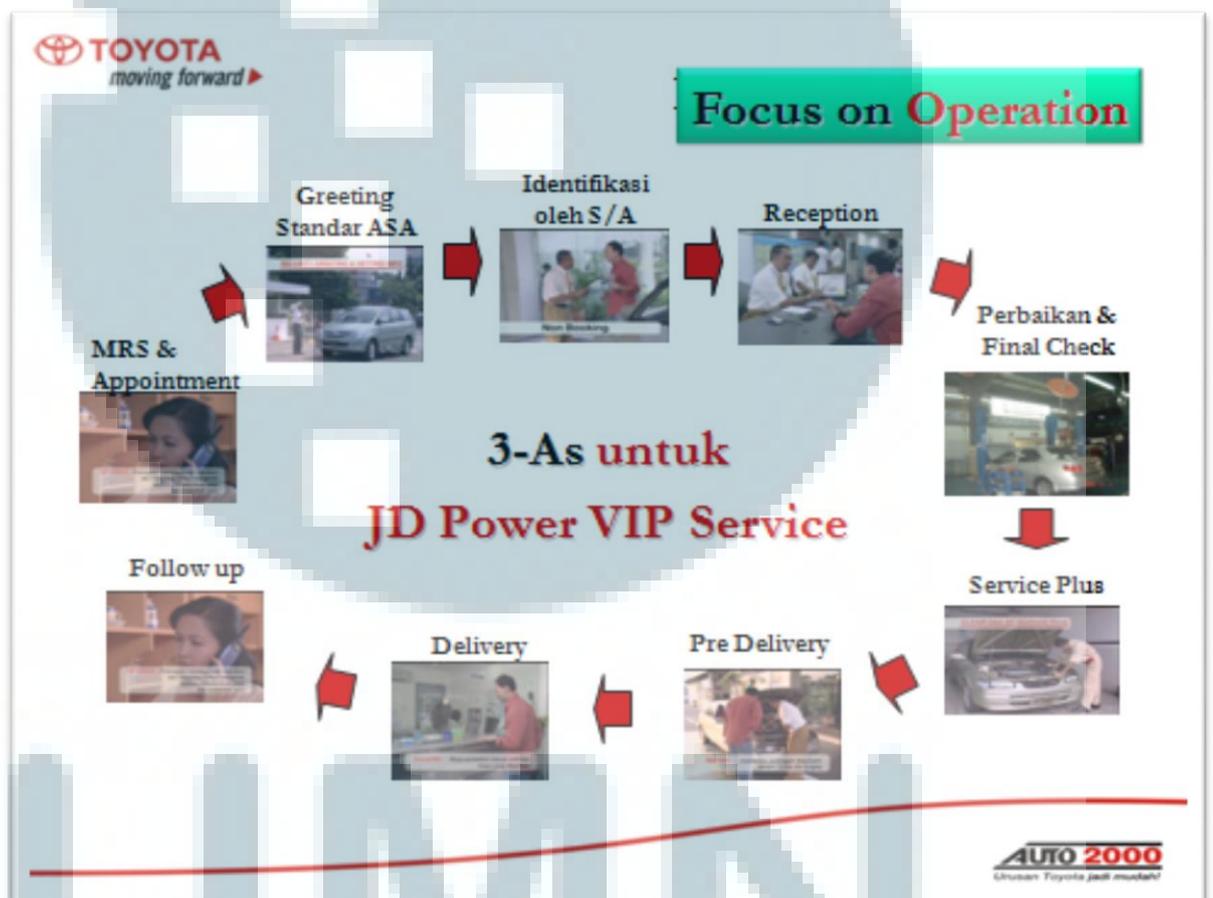
Beberapa gambar dan dokumentasi untuk mendukung penelitian ini yang diambil oleh peneliti akan dilampirkan di bagian lampiran.

3.1.6.1 Business Process-Flow Service

Berikut akan dijelaskan dan dijabarkan mengenai *flow business process* di departemen servis Auto2000.

Gambar 3.1

Business Process-Flow Service Auto2000



Sumber : Slide Presentasi Auto2000, "Strategi JD Power 2010"

Penjelasan :

- *MRS & Appointment*

Customer melakukan *booking* (datang dan telepon). *Customer* sambil melaporkan keluhan, masalah dan kerusakan yang dialami.

- *Greeting Standar ASA*

Greeting standar dilakukan oleh *security* pada pintu gerbang masuk. *Security* mencatat plat nomor kendaraan dan melakukan cek penerimaan kendaraan. *Greeter* dan *valet* memberikan senyum, sapa dan salam kepada *customer* sambil memberikan nomor antrian.

- Identifikasi oleh *Service Advisor*

Proses ini khusus untuk *customer non booking*, *customer* bertemu dengan SA. Lalu SA mendengarkan keluhan, masalah yang dialami oleh *customer* dan SA melakukan identifikasi dan diagnosa masalah.

- *Reception*

Khusus untuk *customer booking*, *customer* antri sesuai nomor lalu akan dipanggil oleh SA dan SA melakukan identifikasi, mengkomunikasikan dan menjelaskan kerusakan yang terjadi, perbaikan yang harus dilakukan, waktu perbaikan serta estimasi biaya yang harus dikeluarkan *customer*.

- Perbaikan dan *Final Check*

Ada tiga posisi yang bertanggung jawab di dalam proses ini, yakni pembagi tugas mekanik (PTM), mekanik dan *foreman*. PTM bertugas untuk melihat mekanik yang *free* lalu diberikan mekanik tersebut diberikan tugas untuk melakukan perbaikan kendaraan yang rusak. Setelah perbaikan selesai

dilakukan maka dilakukan *final check* oleh *foreman* untuk memastikan semuanya telah baik.

- *Service Plus*

Setelah kendaraan selesai diperbaiki maka pihak Auto2000 memberikan *added value* berupa layanan cuci atau membersihkan kendaraan.

- *Pre-Delivery*

Setelah kendaraan selesai diperbaiki maka SA melakukan serah terima kendaraan dan memastikan bahwa semua proses telah "*fix it right*".

- *Delivery*

Customer melakukan pembayaran dan jumlah pembayaran yang dibayarkan sesuai dengan estimasi awal yang diberikan (*accurate*).

- *Follow Up*

Bagian *back office* yang melakukan *follow up* untuk menanyakan kondisi kendaraan pasca servis dan mengingatkan jadwal servis berikutnya.

3-As yang diterapkan di dalam *flow business process* Auto2000 adalah :

- Tuntas : kualitas pekerjaan sesuai harapan
- Pas : selesai dalam durasi singkat dan *on-time*
- Pantas : kewajaran hasil pekerjaan dan pelayanan dibandingkan dengan biaya yang wajar

3.1.6.2 Kaizen

Kaizen adalah suatu filosofi yang dipegang oleh Toyota sebagai *core values* yang berarti “*continuous improvement*”. Tidak ada proses yang dapat dikatakan sempurna tetapi yang ada ialah proses yang harus selalu ditingkatkan. “*Kaizen in practice means that all team members in all parts of the organisation are continuously looking for ways to improve operations and people at every level in the company support this process of improvement*” dikutip dari (<http://www.toyota-forklifts.co.uk/EN/company/Toyota-Production-System/Kaizen/Pages/default.aspx?tabname=5S>), bila diterjemahkan maka kaizen di dalam penerapannya berarti semua anggota tim dari bagian organisasi secara berkelanjutan harus mencari cara atau metode untuk meningkatkan proses operation dan setiap orang di setiap level dalam perusahaan harus mendukung proses peningkatan. Kaizen juga dapat digunakan untuk membantu organisasi untuk menyusun tujuan dan *goal* dari organisasi. Untuk terus mengawasi program kaizen agar dapat berjalan dengan baik, Auto2000 menerapkan *PDCA* (*Plan-Do-Check-Action*) secara berkelanjutan. *PDCA* adalah suatu proses pemecahan masalah empat langkah interaktif yang biasanya digunakan di dalam proses pengendalian kualitas dan akan berdampak pada peningkatan produktivitas.

- *Plan* : meletakkan sasaran, tujuan dan proses yang dibutuhkan untuk memberikan hasil yang sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan.
- *Do* : implementasi proses.
- *Check* : memantau, mengamati dan mengevaluasi proses dan hasil terhadap sasaran dan spesifikasi serta melaporkan hasilnya.

- *Action* : menindaklanjuti hasil untuk membuat perbaikan yang diperlukan. Melakukan peninjauan pada seluruh proses dan memodifikasi proses guna perbaikan pada waktu selanjutnya.

Menurut (<http://www.toyota-forklifts.co.uk/EN/company/Toyota-Production-System/Kaizen/Pages/default.aspx?tabname=5S>), kaizen atau *continuous improvement* ini didukung dengan tiga prinsip, yakni

✓ *TPS (Toyota Production System)*

TPS ini mengundang para anggota dari suatu tim untuk terus berpikir mengenai proses dan membuat segala sesuatunya tepat waktu agar proses dan operasional mesin dapat berjalan dengan *smooth* dan baik. *TPS* ini tidak hanya fokus meningkatkan kualitas dan mengeliminasi *waste* tetapi juga *knowledge, skills* dan *experience* yang dirasakan oleh orang-orang di dalam proses kerjanya.

✓ *5 Whys*

Kaizen mensyaratkan bahwa logika dan benefit yang didapat harus benar-benar dipastikan dan dievaluasi sebelum diimplementasikan. Setiap perbaikan yang direncanakan perlu diuji dengan mempertanyakan *5 whys* bertujuan untuk memastikan bahwa logika dan *value* yang jelas.

✓ *5S*

Setiap karyawan diperlakukan sama tanpa melihat posisinya. Auto2000 memerlukan perawatan untuk memelihara rasa dan kebanggaan dari efisiensi yang dicapai di tempat kerja. Didukung dengan *5S*, yang meliputi:

- ❖ SEIRI-*Sifting*
- ❖ SEITON-*Sorting*
- ❖ SEISO-*Sweeping dan cleaning*
- ❖ SEIKETSU-*Spick dan span*
- ❖ SHITSUKE-*Sustain*

3.1.6.3 Key Performance Indicator (KPI)

KPI atau *Key Performance Indicator* membantu organisasi atau perusahaan di dalam menentukan dan mengukur *performance* perusahaan dan bagaimana *KPI* itu juga merefleksikan *goals* dari organisasi. Di dalam menilai keberhasilan *KPI* ialah dengan cara membandingkan target yang ditetapkan perusahaan dengan pencapaian secara aktual. Ada lima *KPI* yang diterapkan di Auto2000, yakni sebagai berikut :

- *Fix It Right (FIR)* : suatu rasio yang digunakan untuk mengukur dan memastikan apakah segala proses yang dijalankan dari awal hingga akhir telah benar dan tepat dalam sekali proses kerja. *FIR* ini sendiri bisa dilihat dari seberapa tinggi tingkat unit return. Target *FIR* yang perusahaan tetapkan ialah sebesar 95%.
- *Lead Time* : waktu yang dibutuhkan dari tahap awal (*greeting*) hingga akhir (serah terima kendaraan ke *customer*). *Lead time* yang ditetapkan di Auto2000 ialah 2:30 (2 jam 30 menit).
- *Disastified Ratio* : suatu rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa tinggi tingkat ketidakpuasan *customer* terhadap pelayanan

yang diberikan oleh Auto2000. Target *disastified ratio* yang ditetapkan perusahaan di departemen servis ialah 2,5%.

- *On Time Delivery*: suatu rasio yang digunakan untuk mengukur apakah kendaraan yang diserahkan oleh *customer* dari tahap awal masuk kendaraan untuk diservis sampai pada tahap akhir ketika kendaraan diserahkan kembali ke *customer*, tepat waktu dan sesuai dengan waktu yang ditargetkan. Target *OTD* yang perusahaan tetapkan sebesar 95%.
- *Sparepart Fill Rate* : seberapa besar *part-part* yang ada mampu memenuhi total kebutuhan yang ada di perintah bengkel. *Range* nilainya 0-100. Nilai 0 berarti ada satu permintaannya yang terdapat di perintah bengkel tidak terpenuhi. Nilai 100 berarti semua permintaan yang ada di dalam perintah bengkel terpenuhi. *Target fill rate* yang perusahaan tetapkan sebesar 98%.

3.1.6.4 Struktur Organisasi

Peneliti melakukan penelitian di Auto2000 cabang Bumi Serpong Damai dan Daan Mogot. Struktur organisasi di kedua cabang tersebut ialah sama, hanya ada perbedaan di jumlah sumber daya manusia yang mengisi posisi-posisi tertentu. Berikut ini akan digambarkan struktur organisasi di cabang Auto2000.



Pada halaman sebelumnya telah disajikan struktur organisasi Auto2000 Bumi Serpong Damai dan Daan Mogot. Setiap jabatan atau posisi yang tercantum di dalam struktur organisasi mempunyai tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Berikut akan dijabarkan mengenai tugas, tanggung jawab dan keterangan terkait masing-masing posisi atau jabatan yang ada.

- *Branch Head* (kepala cabang)

Segala kegiatan yang berlangsung pada cabang berada dibawah wewenang dan tanggung jawab kepala cabang. Kepala cabang bertanggung jawab terhadap penjualan unit kendaraan, penjualan *spareparts*, penjualan jasa servis dan keadaan keuangan perusahaan cabang.

- *Service Head* (kepala bengkel)

Kepala bengkel bertanggung jawab secara penuh terhadap kegiatan yang terjadi pada bengkel termasuk kegiatan administrasi. Kepala bengkel juga bertanggung jawab terhadap kuantitas penjualan jasa bengkel, penjualan *spareparts*, ketersediaan *spareparts* dan gudang bahan dalam hal ini perkakas dan *tools*.

- *Finance-Administration Head* (kepala keuangan-administrasi)

Kepala administrasi bertanggung jawab atas semua kegiatan administrasi yang berlangsung, termasuk laporan administrasi unit, laporan administrasi servis dan kas yang ada pada cabang harus dengan persetujuan kepala administrasi. Pada Auto2000 kepala administrasi juga berperan sebagai

kepala personalia yang bertanggung jawab atas perekrutan karyawan atas persetujuan kantor pusat.

- Instruktur

Instruktur memiliki tugas untuk mengatur, bertanggung jawab pada keberlangsungan kegiatan bengkel serta membantu bawahan, seperti *foreman* dan teknisi (*mechanic*) jika mengalami *trouble* dan kesulitan.

- *Service Advisor (SA)*

Service advisor bertanggung jawab untuk mengidentifikasi, memberikan saran kepada *customer* berkenaan dengan servis kendaraan, menampung keluhan-saran dari *customer*, mencatat kerusakan yang *customer* laporkan dan memberi keterangan kepada mekanik tentang pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan. SA ini memiliki kompetensi-kompetensi yang harus dimiliki, yaitu *Toyota SA*, *Pro SA* dan *Master SA*.

- *Toyota Home Service (THS)*

THS bertanggung jawab terhadap layanan servis ke rumah *customer*. Jadi ada teknisi yang dikirim ke rumah *customer* untuk melakukan perbaikan di rumah *customer*. *THS* ini memiliki kompetensi-kompetensi yang harus dimiliki, yaitu *Diagnosis Technician* dan *Pro Technician*.

- Koordinator *THS*

Koordinator *THS* bertanggung jawab terhadap penerimaan servis mobil ke rumah *customer*, mengirim teknisi ke rumah pelanggan dan membuat dokumen Perintah Kerja Bengkel (PKB) *manual*.

- PTM-*TL-Foreman Diagnose-Foreman*

PTM adalah singkatan dari Pembagi Tugas Mekanik yang bertanggung jawab untuk membagi dan membantu tugas mekanik. *TL* adalah singkatan dari *Technical Leader* yang bertanggung jawab untuk memimpin *foreman* dan teknisi. *Foreman Diagnose* dan *Foreman* bertanggung jawab untuk melakukan diagnosa keadaan mobil yang akan diperbaiki (mendiagnosa kerusakan) dan melakukan pengecekan (*final check*) keadaan kendaraan atau mobil yang telah diperbaiki. Pada posisi ini, karyawan-karyawan memiliki kompetensi yang harus dipenuhi, yaitu *Diagnosis Technician*, *Master Technician* dan *Master Diagnose*.

- Teknisi Group

Teknisi atau mekanik bertanggung jawab untuk melakukan perbaikan dan perawatan terhadap unit kendaraan *customer*. Teknisi ini biasanya terbagi ke dalam beberapa grup atau tim yang dikepalai dan dipimpin oleh seorang *foreman* tiap grupnya. Pada posisi ini, karyawan-karyawan memiliki kompetensi yang harus dipenuhi, yaitu *Apprentice*, *Toyota Technician*, *Pro Technician* dan *Diagnosis Technician*.

- *Partman (spare parts)*

Partman bertanggung jawab untuk mengawasi atas keluar masuknya *spare parts* dan bahan, termasuk *supply* dan *ordering* dan memastikan pemenuhan *sparepart fill rate* serta menjaga stabilitas *dead stock*.

- *PDS (Pre-Delivery Service)*

PDS bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan dan pemeriksaan unit kendaraan yang baru dikirim dari pabrik sebelum diserahkan ke *customer*. *PDS* juga bertanggung jawab untuk memeriksa kelengkapan kendaraan, aksesoris, dokumen-dokumen dan lainnya.

- *Administrasi Bengkel*

Administrasi bengkel bertanggung jawab terhadap laporan akhir termasuk laporan keuangan bengkel, laporan gudang dan terhadap keluar masuknya suku cadang dan bahan. Kasir termasuk di dalam bagian administrasi bengkel, kasir bertanggung jawab terhadap keluar masuknya uang dan pengelolaan keuangan (*cashflow*) yang ada pada cabang termasuk keuangan departemen servis. Kasir membuka laporan atas persetujuan kepala administrasi untuk dikirim kepada *accounting* pusat secara periodik.

- *Gudang Bahan-Tools*

Gudang bahan bertanggung jawab terhadap kelengkapan bahan-bahan, *tools*, perkakas dan lain-lain.

- *Back Office*

Back office ini sendiri terbagi menjadi 4, yakni *MRS (Maintainance Reminder System)*, *booking service*, *follow-up* dan *operator*. *MRS* bertanggung jawab untuk mengingatkan kepada *customer* akan waktu servis. *Booking service* bertanggung jawab terhadap penerimaan *booking* untuk servis dan mengatur waktu untuk servis. *Follow-up* bertanggung jawab untuk menanyakan hasil pelayanan servis, biasanya 3 hari pasca servis. *Operator* bertanggung jawab untuk mengangkat telepon dan memberitahukan kepada karyawan jika ada telepon yang ditujukan untuk karyawan yang bersangkutan (penerimaan telepon).

- *Valet-Greeter-Collector*

Valet bertanggung jawab untuk membantu kelancaran *customer* pada saat baru masuk Auto2000 serta membawa kendaraan dari antrian ke *stall* dan sebaliknya setelah proses perbaikan dilakukan. *Greeter* bertanggung jawab untuk memberikan senyum, sapa dan salam kepada *customer* serta untuk memberikan nomor antrian. *Collector* untuk menagih biaya dan beban servis kepada *customer* (biasanya *customer* yang mengatasnamakan perusahaan atau instansi).

- *Service Plus-Washing*

Service plus-washing bertanggung jawab untuk membersihkan baik eskterior dan interior mobil *customer* setelah diperbaiki (sebelum

diserahtherimakan kepada *customer*). *Service plus-washing* bertujuan untuk memberikan *value added* kepada *customer*.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada dua cabang Auto2000, yakni Auto2000 Bumi Serpong Damai, beralamat di Perum BSD Blok 405 no. 2-2A, Sektor VIII, Serpong, Tangerang, Banten dan Auto 2000 Daan Mogot, beralamat di Jl. Daan Mogot no. 146-147 Jakarta Barat DKI Jakarta.

3.3 Batasan Metodologi Penelitian

Peneliti akan membatasi permasalahan pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi. Dengan indikator sebagai berikut :

- a. Subjek penelitian dibatasi pada karyawan departemen servis dengan masa kerja diatas satu tahun.
- b. Objek penelitian dibatasi hanya pada dua cabang Auto2000, yakni Auto2000 Bumi Serpong Damai dan Daan Mogot.
- c. Periode penelitian pada Maret dan Juli 2013.

3.4 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2009:21) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistik hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih puas (generalisasi/inferensi).

Sedangkan pengertian metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2007:13), adalah :

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Berdasarkan pengertian diatas maka penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskripsi kuantitatif. Metode deskripsi kuantitatif ialah suatu metode penelitian yang didasarkan pada data yang dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat yang ditemukan dari objek yang diteliti dengan melakukan penggabungan hubungan antar variabel di dalamnya lalu diinterpretasikan.

3.5 Ruang Lingkup Penelitian

3.5.1 Populasi dan Sampel

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2009:61) adalah sebagai berikut :

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian diatas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan kondisi serta memenuhi persyaratan tertentu di dalam kaitannya dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Auto2000 Bumi Serpong Damai dan Daan Mogot yang berada di departemen servis yang totalnya berjumlah

132 orang (dengan rincian di Auto2000 Bumi Serpong Damai berjumlah 70 orang dan Auto2000 Daan Mogot berjumlah 62 orang).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009:62).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *probability sampling*. Pengertian *probability sampling* menurut Sugiyono (2009:63) adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Karena teknik *sampling* yang digunakan ialah *probability sampling* maka metode yang digunakan ialah *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2009:64), *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Berdasarkan teknik pengambilan sampel diatas maka sampel dari populasi tersebut adalah 100 responden (dengan rincian 48 responden di Auto2000 Bumi Serpong Damai dan 52 responden di Auto2000 Daan Mogot) yang berada di departemen servis dengan masa kerja diatas 1 tahun. Total populasi Auto2000 Bumi Serpong Damai dan Daan Mogot yang berjumlah 132 orang dengan pengambilan sampel 100 responden maka peneliti melihat sampel yang diambil sangat representatif untuk mewakili jumlah populasi yang ada. Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) di dalam Sugiyono (2009:74) menerangkan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

3.5.2 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner dilakukan selama empat (4) hari di kedua cabang Auto2000 baik Auto2000 Bumi Serpong Damai maupun Auto2000 Daan Mogot (26-30 Maret 2013) dan (6-10 Juli 2013). Responden yang mengisi kuesioner ini berjumlah 100 responden yang berada di departemen servis dengan masa kerja diatas satu tahun.

3.6 Definisi Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran Variabel

3.6.1 Definisi Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah seperangkat petunjuk lengkap tentang apa yang peneliti harus amati dan bagaimana mengukur suatu variabel atau konsep definisi operasional tersebut membantu peneliti untuk mengklasifikasi berbagai gejala di sekitar ke dalam kategori khusus dari variabel. Hal ini juga tentunya lebih memudahkan pemahaman dan memperjelas pemahaman apa yang dimaksud dengan variabel penelitian yang telah diidentifikasi. Di dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen sering juga disebut variabel bebas sedangkan variabel dependen sering juga disebut variabel terikat. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2009:4).

Berikut akan ditampilkan mengenai definisi operasionalisasi variabel yang dimaksud :















3.6.2 Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan skala interval untuk mengukur variabel tertentu, variabel yang diukur akan dijabarkan dalam komponen terukur tersendiri, lalu akan dijadikan titik tolak untuk menyusun butir pertanyaan yang kemudian akan dijawab oleh para responden. Jawaban responden diberi skor dari satu sampai lima. Semakin tinggi skor berarti semakin baik atau makin tinggi nilai indikator tersebut tetapi ada beberapa butir pertanyaan yang akan mengalami *reverse*.

Dalam hal ini, peneliti mengacu pada skala Likert (*Likert scale*) dengan bobot nilai 1-5. Variabel yang diukur ialah kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi. Adapun kategori dan bobot nilai dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Kategori Pertanyaan Kepuasan Kerja

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Tidak Puas	1
Tidak Puas	2
Netral	3
Puas	4
Sangat Puas	5

Tabel 3.3

Kategori Pertanyaan Komitmen Organisasi

Kategori	Bobot Nilai	Bobot Nilai*
Sangat Tidak Setuju	1	5
Tidak Setuju	2	4
Netral	3	3
Setuju	4	2
Sangat Setuju	5	1

Tabel 3.2 dan 3.3 diatas ialah tabel yang menerangkan kategori pertanyaan mengenai kepuasan kerja untuk nomor 1,2,3,4 dan 5 dan komitmen organisasi untuk nomor 1,2,3,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18 dan 19.

Tanda * menerangkan kategori pertanyaan mengenai komitmen organisasi khusus untuk nomor 4, 5 dan 6 yang mengalami *reverse* (Allen dan Meyer, 1997 di dalam *Model of Organizational Commitment : Measurement Issues* oleh Stephen Jaros, 2007).

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder.

- Data Primer

Uma Sekaran (2010:180) menjelaskan bahwa data primer adalah sumber data atau informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh

peneliti. Pengumpulan data dalam penelitian kali ini dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada karyawan-karyawan Auto2000 Bumi Serpong Damai dan Daan Mogot. Data yang peneliti dapatkan diambil dari pengisian kuesioner yaitu dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang telah disusun dalam bentuk kuesioner kepada responden berkaitan dengan kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Kuesioner dibagikan secara langsung oleh peneliti.

- **Data Sekunder**

Menurut Uma Sekaran (2010:180), data sekunder adalah informasi atau data yang diperoleh dari sumber yang sebelumnya sudah ada, misalnya dari berbagai literatur, dokumen, penelitian-penelitian terdahulu dan orang lain. Data sekunder digunakan untuk mendukung data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan yakni, data atau informasi dari dalam perusahaan, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu.

3.8 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2009:63) di dalam bukunya menuliskan bahwa,

“*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota atau unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster) sampling*.”

Menggunakan *simple random sampling*. Dikatakan simpel karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan atau memperhitungkan strata atau kedudukan yang ada dalam suatu populasi tertentu. Cara yang demikian juga sering dilakukan bila populasi bersifat homogen.

3.9 Teknik Analisa Data

3.9.1 Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif berhubungan dengan konsep statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2009:29) di dalam bukunya menjelaskan bahwa

“Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.”

Di dalam statistik deskriptif biasanya dikemukakan cara-cara penyajian data, misalnya dengan tabel biasa, distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, diagram lingkaran, *pictogram*, penjelasan kelompok (melalui modus, *median*, *mean*, variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku).

Dapat disimpulkan bahwa analisa deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan terarah tentang data-data yang didapatkan, khususnya dari sampel melalui penyebaran kuesioner.

3.9.2 Uji Instrumen (*Pre-Test*)

Variabel di dalam penelitian ini harus dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah maka perlu dilakukan uji instrumen. Uji instrumen yang akan dilakukan di dalam penelitian ini adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Untuk

penelitian ini, sampel yang digunakan untuk *pre-test* ialah 40 sampel. *Pre-test* ini dilakukan di Auto2000 Bintaro.

3.9.2.1 Uji Validitas

Menurut Uma Sekaran (2010:157), validitas adalah suatu tes mengenai seberapa baik instrumen digunakan untuk mengukur sebuah konsep yang dimaksudkan.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52).

Menurut (Ghozali, 2011), mengukur validitas dapat dilakukan dengan tiga cara :

- a. Melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel
- b. Melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk
- c. Uji dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* untuk menguji apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel.

Di dalam penelitian ini menggunakan uji dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi

dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r *table* untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, yakni dengan melihat tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* untuk setiap konstruk. Dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan hasil perhitungan r *table*. Jika r hitung lebih besar dari r *table* dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.9.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47).

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi dan stabilitas. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Semakin dekat *Cronbach Alpha* dengan angka 1, semakin tinggi internal konsistensi reliabilitas (Uma Sekaran, 2010:324).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

3.9.3.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu data pada periode t dengan kesalahan

pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *crosssection* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu atau kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2011:110).

Di dalam penelitian ini, cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi melalui uji *Durbin-Watson (DW test)*. Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel *lag* diantara variabel independen (Ghozali, 2011:111).

Pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* akan ditampilkan pada tabel sebagai berikut :

UMMN

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	<i>No decision</i>	$du < d < 4 - du$

3.9.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini, yakni melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar analisisnya, yakni jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas

dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139).

3.9.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2011:160).

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Di dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik, yakni dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian apabila hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat menyesatkan sehingga metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *plotting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2011:160-161).

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Analisis Regresi Linear

Menurut (Gujarati, 2003) di dalam Ghozali (2011:95), analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

Menurut Tabachnick, 1996 di dalam Ghozali (2011:95), hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus : pertama, meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana (*simple regression*), yaitu menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2011).

Adapun bentuk persamaan ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Dimana :

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel independen

X_1 = kepuasan kerja

Y = **komitmen organisasi**
e = **kesalahan pengganggu (*error*)**

3.9.5 Uji *Goodness of Fit*

Goodness of Fit dapat digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Secara statistik, *goodness of fit* setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Di dalam Ghozali (2011:97) menjelaskan bahwa perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Di dalam Ghozali (2011), setidaknya *goodness of fit* dapat diukur dengan tiga cara, yaitu :

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil menerangkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu menerangkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2011:97). Perlu diketahui, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Penggunaan koefisien determinasi memiliki kelemahan mendasar, yakni bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka akan diikuti peningkatan R^2 walaupun tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Di dalam penelitian ini, peneliti melihat *R square* (R^2) karena hanya terdapat satu variabel independen di dalam model (tidak terjadi penambahan variabel independen) sehingga tidak akan terjadi *bias effect* terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini pada dasarnya ingin menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011:98).

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji ini pada dasarnya ingin menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98).