

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Gambaran Singkat Produk

Lensa kontak adalah lembaran plastik yang dirancang untuk dipasang pada kornea, bagian yang jernih pada permukaan depan mata. Lensa kontak dipakai sebagai pengganti kacamata untuk rabun jauh dan rabun dekat. Pada keadaan ini bayangan tidak terfokus pada retina dan karena itu tidak dapat diinterpretasikan dengan jelas oleh otak. Lensa kontak menempel pada lapisan air mata yang meliputi permukaan depan mata. Tiap kali mata berkedip maka kelopak mata menggerakannya sedikit. Gerakan ini memungkinkan air mata yang segar mengalir di bawah lensa untuk melumasi dan memberi oksigen kepada kornea.

Pada dasarnya ada dua jenis lensa kontak yaitu lensa kontak keras dan lensa kontak lunak. Lensa kontak keras sering pula disebut lensa kontak rigid atau kaku sedangkan lensa kontak lunak disebut juga dengan lensa kontak fleksibel. Lensa kontak keras generasi terbaru dapat dilalui gas sehingga oksigen bukan hanya didapat ketika mata berkedip dan terjadi pemompaan ke bawa lensa, tetapi dari udara langsung menembus lensa untuk mencapai kornea. Lensa kontak keras yang dapat dilalui gas kini semakin banyak dipakai karena dengan makin banyak oksigen dan gas-gas lain yang sampai ke kornea membuat lensa lebih nyaman dipakai untuk waktu pemakaian yang lebih lama. Lensa kontak lunak tersedia dalam tipe untuk pemakaian harian

dan untuk pemakaian jangka panjang. Kedua jenis lensa ini dapat ditembus gas. Jumlah gas yang dapat dilalui lensa berbeda pada kedua jenis lensa ini karena perbedaan rancang bangun dan perbedaan ketebalannya. Baik lensa kontak keras maupun lensa kontak lunak sama terbuat dari plastik, tetapi bahan plastik pada lensa kontak lunak banyak menyerap air sehingga menjadi bahan yang lunak dan fleksibel.

Semua jenis lensa kontak ini memerlukan masa penyesuaian tertentu dan merasa kurang nyaman pada mulanya. Untuk lensa kontak lunak, mungkin diperlukan waktu beberapa hari sebelum lensa kontak itu menjadi terasa nyaman, sedang penyesuaian lengkap bagi lensa kontak keras mungkin diperlukan waktu 2 (dua) minggu sampai satu bulan. Dalam masa penyesuaian ini pasien mungkin merasakan sedikit iritasi pada mata, mata menjadi lebih berair, lebih berkedip, menjadi lebih peka terhadap cahaya dan kadang-kadang penglihatan menjadi kabur. Gejala-gejala ini biasanya hilang setelah terjadi adaptasi. Orang yang matanya kering mungkin lebih sulit untuk beradaptasi terhadap pemakaian lensa kontak.

Adapun kelebihan dari kedua jenis lensa kontak tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lensa kontak keras :
 - a. Biasanya dapat memberi penglihatan yang tajam
 - b. Mudah dirawat dan dibersihkan
 - c. Masa pakainya lebih panjang
 - d. Dapat diberi berbagai warna

e. Mampu mengoreksi berbagai *astigmat* (kelainan refraksi yang disebabkan oleh ketidakaturan kelengkungan permukaan kornea.

2. Lensa kontak lunak :

- a. Biasanya langsung nyaman dipakai
- b. Masa adaptasinya lebih singkat
- c. Masa pakai lebih lama
- d. Mudah dipakai bergantian dengan kaca mata

Sedangkan kekurangan dari kedua jenis lensa kontak tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lensa kontak keras :

- a. Kurang nyaman dibandingkan dengan lensa kontak lunak
- b. Memerlukan masa adaptasi yang lebih lama

2. Lensa kontak lunak :

- a. Biaya pemeliharaan lebih mahal
- b. Perawatannya lebih sulit
- c. Tidak cukup kuat untuk mengoreksi kelainan *astigmat* yang tinggi

Selain untuk memberi penglihatan yang jelas, lensa kontak juga dapat digunakan dalam pengobatan beberapa penyakit mata, misalnya pada *keratokonus*, suatu penyakit mata dimana ada distorsi yang tak teratur pada permukaan kornea. Kelainan ini seringkali dapat melihat dengan lebih jelas apabila memakai lensa kontak. Ada pula lensa kontak yang dirancang bangun khusus digunakan untuk mengobati penyakit-penyakit kornea lain. Lensa kontak banyak dipakai untuk mengoreksi penglihatan setelah operasi katarak.

Banyak pasien yang lebih dapat menyesuaikan diri untuk melihat dengan lensa kontak sebagai koreksi penglihatannya dibanding dengan memakai kacamata katarak, yang mungkin terasa kurang nyaman, menimbulkan pembesaran bayangan dan distorsi.

Akan tetapi, seperti benda asing lain pada permukaan kornea, tentu saja selalu ada resiko dengan penggunaan lensa kontak. Misalnya saja mata tergores dan infeksi, kornea dapat membengkak dan akibatnya timbul goresan atau abrasi. Adapula penderita yang mengalami deposit protein pada lensa kontak yang mereka pakai, atau mengalami reaksi alergi terhadap larutan yang digunakan untuk perawatan lensa kontak yang mengandung bahan pengawet.

Lensa kontak bisa didapat dari berbagai sumber. Misalnya dari dokter spesialis mata, atau dari optikal. Tetapi hanya dokter spesialis mata yang berwenang mengobati komplikasi apapun yang terjadi akibat pemakaian lensa kontak. Refraksionis optisien boleh memeriksa penglihatan konsumen dan memberi resep kacamata atau lensa kontak, tetapi bila ada tanda-tanda penyakit mata, pasien harus dirujuk ke dokter spesialis mata. Banyak iklan lensa kontak mungkin menyesatkan. Kadang-kadang harga yang diiklankan baru mencakup harga lensa kontaknya, dan belum mencakup biaya untuk pelayanan yang diperlukan seperti biaya pemeriksaan mata, pengukuran dan pemberian resep lensa kontak, pelatihan cara memakai dan melepaskan lensa kontak ke dan dari mata.

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah suatu atribut sifat atau aspek dari orang ataupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Penelitian mempunyai tujuan untuk mengetahui atribut produk terhadap keputusan pembelian lensa kontak pada konsumen perusahaan optik Yogyakarta. Berdasarkan tujuan tersebut maka dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Untuk menyamakan pemahaman tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu dikemukakan definisi operasional dari masing-masing variabel yaitu :

Variabel independent berupa :

1. Harga

Yaitu merupakan sejumlah pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginannya. Harga yang ditawarkan oleh masing-masing lensa kontak berbeda sehingga sebagian besar konsumen melakukan pertimbangan terhadap harga produk sebelum melakukan pembelian.

2. Desain dan Warna

Desain dan Warna lensa kontak yang ditawarkan oleh perusahaan beranekaragam, sehingga dalam keputusan membeli konsumen memiliki banyak pilihan desain dan warna yang sesuai dengan selera.

3. Kualitas

Kualitas merupakan kemampuan produk untuk melakukan fungsinya, termasuk keawetan, keandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan produk. Semakin berkualitas suatu produk akan semakin besar pengaruhnya dalam keputusan pembelian konsumen.

4. Pelayanan

Adanya pelayanan seperti konsultasi kesehatan, akan mendorong konsumen untuk membeli lensa kontak, karena dengan adanya pelayanan konsultasi kesehatan tersebut akan menambah pengetahuan konsumen mengenai manfaat lebih yang diberikan produk tersebut

Sedangkan variabel dependent atau variable terikat dalam penelitian ini berupa keputusan pembelian lensa kontak

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian.

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan mencari keterangan dari buku bacaan atau literatur, keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah yang merupakan data teoritis.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan agar hasil penelitian dan analisisnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah serta dapat menghasilkan penelitian yang baik. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan atau dikirim kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya, bagaimana keadaannya, pendapatnya, dan keyakinan. Angket ini ditujukan kepada “potensial consumer” sebagai responden, untuk memperoleh keterangan yang berguna dalam proses penelitian yang dilakukan. Data yang diperoleh adalah :

- a. Data demografis, seperti : umur, pekerjaan, penghasilan dan lain-lain.
- b. Data perilaku konsumen, misalnya: persepsi tentang produk.

Untuk mengukur perilaku responden terhadap suatu jawaban, digunakan skala pengukuran ordinal yaitu *skala likert*. Untuk setiap pertanyaan dalam penelitian ini disediakan 4 (empat) alternatif jawaban dengan bobot (skor) sebagai berikut :

- TS (Tidak setuju) diberi skor 1
- R (Ragu-ragu) diberi skor 2
- S (Setuju) diberi skor 3
- SS (Sangat setuju) diberi skor 4

3.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam menyusun instrumen agar didapatkan instrumen yang baik ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Untuk itu sebelum angket penelitian digunakan dalam mengumpulkan data yang sesungguhnya, maka dilakukan uji coba angket terlebih dahulu. Uji coba angket diberikan kepada anggota populasi penelitian. Banyaknya responden yang digunakan sebagai subyek untuk uji coba instrumen adalah sebanyak 30 responden.

1. Uji Validitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukurnya. semakin tinggi validitas suatu alat

pengukur, semakin tepat pula pengukur itu mengenai sasarannya. Untuk mengukur validitas kuesoner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi product moment (Sutrisno Hadi, 1991:23).

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

Keterangan :

r_{xy} = korelasi moment product

x = skor total dari setiap item

y = skor/nilai dari setiap item

N = jumlah sampel

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) = 5% dan N = 30 diperoleh nilai r tabel = 0,361. Apabila r_{XY} lebih besar dari r tabel berarti ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuesoner sebagai alat pengukur dikatakan valid dan demikian juga sebaliknya.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.1.
Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Nomor Butir	r_{XY}	Kesimpulan
1.	Harga	1	0,882	Valid
		2	0,878	Valid
		3	0,763	Valid
2.	Desain dan Warna	1	0,913	Valid
		2	0,880	Valid
		3	0,904	Valid
3.	Kualitas	1	0,813	Valid
		2	0,796	Valid

		3	0,794	Valid
4.	Pelayanan	1	0,862	Valid
		2	0,858	Valid
		3	0,854	Valid
		4	0,854	Valid
5.	Keputusan pembelian	1	0,861	Valid
		2	0,838	Valid
		3	0,792	Valid
		4	0,883	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{XY} dari semua butir instrumen lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir dalam instrumen penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi 2 kali atau lebih. Dalam pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, yang rumusnya 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 instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σt^2 = varians total

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) = 5% dan $N = 30$ diperoleh nilai r tabel = 0,361. Apabila r_{11} lebih besar dari r tabel

berarti kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan reliabel dan demikian juga sebaliknya.

Dari hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.2.
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	r_{11}	Kesimpulan
1.	Harga	0,793	Reliabel
2.	Desain dan warna	0,880	Reliabel
3.	Kualitas	0,710	Reliabel
4.	Pelayanan	0,817	Reliabel
5.	Keputusan pembelian	0,865	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r_{11} dari semua butir instrumen dalam penelitian ini lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi atau *universe* adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen perusahaan optik Yogyakarta. Perusahaan optik yang ada di Yogyakarta berjumlah 52 optik.

Sampel atau *sample* adalah bagian dari suatu obyek yang sesungguhnya dari suatu penelitian (Soeratno dan Lincoln Arsyad, 1993:105). Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 orang responden yang diambil dari 5 optik di Yogyakarta dengan distribusi masing-masing 20 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara acak (*random*) yaitu cara pengambilan elemen-elemen dari populasi sedemikian rupa sehingga setiap elemen mendapat kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi anggota sampel. Adapun ke 5 optik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Akur Optik, Jl. Mataram No. 8 Yogyakarta
2. Melawai Optik, Jl. Malioboro, Malioboro Mal Lantai Dasar No. 24 Yogyakarta
3. Lily Kasoem Optik, Jl. Jendral Sudirman No. 99 – 101 Yogyakarta
4. Yogya Optikal, Jl. C. Simanjuntak No. 33 Yogyakarta
5. Tunggal Optik, Jl Malioboro No. 52 – 58 Mal Malioboro Upper Ground Unit 22.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Metode Analisis Kualitatif

Merupakan metode analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, kemudian dilakukan analisis data dan diterangkan dalam bentuk prosentase disertai tabel dalam penyajiannya.

3.5.2. Metode Analisis Kuantitatif

Merupakan metode analisis statistik yang berdasarkan pada angka-angka dan memiliki sifat eksak, dengan menggunakan metode dan rumus tertentu untuk mengetahui dan mencari hasil perhitungan dari suatu hal.

Analisis yang digunakan adalah:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent (X), terhadap variable dependent (Y). Dalam analisa ini digunakan rumus :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_4X_4$$

Keterangan :

Y = Keputusan membeli lensa kontak

X₁ = Variabel harga

X₂ = Variabel desain dan warna

X₃ = Variabel kualitas

X₄ = Variabel pelayanan

b₀ = Nilai konstanta

b₁, b₂, .. b₄ = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

Harga-harga statistik untuk b₀, b₁, b₂, .. b₄ dapat dicari melalui persamaan normal sebagai berikut :

- a. $\sum Y = n.b_0 + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$
- b. $\sum X_1 Y = b_0 \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$
- c. $\sum X_2 Y = b_0 \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$
- d. $\sum X_K Y = b_0 \sum X_K + b_1 \sum X_1 X_K + b_2 \sum X_2 X_K + b_3 \sum X_3 X_K + \dots + b_K \sum X_K^2$

2. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variable independent (X) terhadap variable dependent (Y), secara parsial atau individu. Langkah-langkah dalam pengujian ini adalah:

- a. Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis harapan (H_a)

$H_0 : \beta = 0$, Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk secara parsial terhadap keputusan pembelian lensa kontak.

$H_a : \beta \neq 0$, Artinya ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk secara parsial terhadap keputusan pembelian lensa kontak.

- b. Menentukan *level of significance* sebesar 5 % (0,05), dan menghitung derajat kebebasan ($dk = n-k$).
- c. Menghitung besarnya t hitung, dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{SE}$$

Dimana: b_i = penaksiran koefisien

SE = Standar Error

$$SE = \frac{SY_x}{\sqrt{\sum X_1^2 - \frac{(X_1)^2}{n}}}$$

$$SY_x = \sqrt{\frac{\sum (Y_1 - Y_2)^2}{n-2}}$$

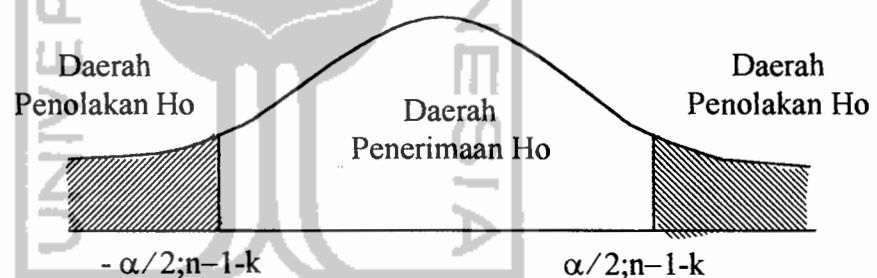
d. Menentukan kriteria pengujian, yaitu :

Ho diterima apabila :

$$-t\left(\frac{\alpha}{2}; n-k\right) \leq t_{\text{hitung}} \leq t\left(\frac{\alpha}{2}; n-k\right)$$

Ho ditolak apabila :

$$t_{\text{hitung}} \leq -t\left(\frac{\alpha}{2}; n-k\right) \text{ atau } t_{\text{hitung}} > t\left(\frac{\alpha}{2}; n-k\right)$$



e. Kesimpulan

3. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan atau bersama-sama.

Langkah-langkah dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis nol (Ho) dan hipotesis harapan (Ha)

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk secara simultan terhadap keputusan pembelian lensa kontak.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ Artinya ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

- b. Menentukan *level of significance* sebesar 5% (0,05) dan derajat kebebasan yang terdiri dari : derajat kebebasan pembilang (k-1), dan derajat kebebasan penyebut (n-k).

- c. Menghitung F_{hitung}

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Keterangan :

F = nilai F garis regresi

k = cacah prediktor (X_1, X_2, \dots)

R^2 = koefisien determinasi

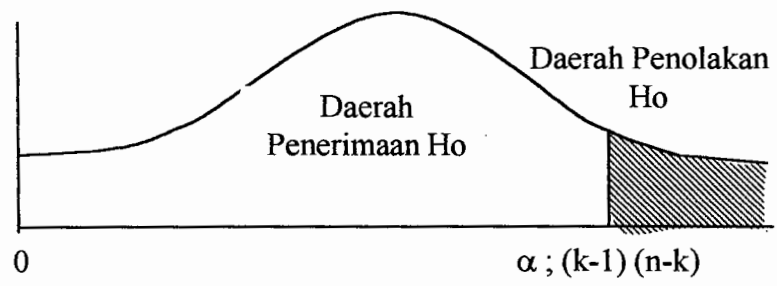
n = jumlah data

- d. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

- e. Menggambar daerah penolakan dan daerah penerimaan



f. Kesimpulan

