

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survey, hal ini jika kita melihat dari metode pengumpulan data yang akan dilakukan. Penelitian survey ialah pengumpulan informasi secara sistematis dari para responden dengan maksud untuk memahami dari/atau meramal beberapa aspek perilaku dari populasi yang diminati. (Sigit, 2001: 179)

#### **B. Jenis Data yang Diperlukan**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, ada dua sumber yang dipergunakan, yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya diamati dan dicatat untuk pertamakalinya oleh penulis. Dalam hal ini data tersebut diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden dan dilengkapi dengan daftar pertanyaan. Untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini dipergunakan metode survey, yaitu salah satu metode pengumpulan data primer yang informasinya diperoleh melalui permintaan keterangan-keterangan kepada responden, dan cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengajukan daftar pertanyaan atau kuisisioner. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti.

## 2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, melainkan data yang sudah tersedia dan peneliti yang mengolahnya. Data ini dapat diperoleh melalui studi kepustakaan, berupa literatur, jurnal, majalah, dan sebagainya sesuai topik penelitian.

### C. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka data tersebut dikumpulkan dengan cara survey dengan menggunakan instrumen kuisioner. Setelah itu diperkuat dengan pernyataan yang diambil dari studi pustaka. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat diterangkan sebagai berikut:

#### 1. Survey

Yaitu suatu metode dalam mengumpulkan data-data primer dengan cara mencari keterangan-keterangan kepada sasaran penelitian (responden) melalui kuisioner.

#### 2. Kuisioner

Kuisioner yaitu metode pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang secara langsung diberikan kepada responden. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti. Responden sebagai bagian dari populasi yang terpilih sebagai sampel atau dapat juga diartikan sebagai orang yang memberikan jawaban dalam daftar pertanyaan.

### 3. Studi Pustaka

Studi Pustaka yaitu metode penelitian dengan menggunakan buku-buku yang mendukung penelitian ini sebagai sumber informasi, dasar penyusunan laporan dan pengolahan data.

#### **D. Kuesioner atau Alat Pengambilan Data**

Alat pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuisisioner yaitu metode pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang secara langsung diberikan kepada responden. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti. Responden sebagai bagian dari populasi yang terpilih sebagai sampel atau dapat juga diartikan sebagai orang yang memberikan jawaban dalam daftar pertanyaan. Untuk menyelesaikan masalah penelitian dan mempermudah analisis data, maka variabel-variabel yang digunakan harus diukur terlebih dahulu. Pengukuran disini dimaksudkan untuk mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif, karena data kuantitatif dapat dijadikan sebagai alat pembuktian melalui angka-angka untuk mendapat kesimpulan secara lebih kongkrit dan dapat diperoleh gambaran terhadap suatu aktivitas dengan lebih pasti, dengan demikian akan dapat menghilangkan keraguan dalam pengambilan keputusan.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan sekala likert, dimana responden diberi 5 alternatif pilihan jawaban, untuk bobot nilai setiap jawaban dari kuisisioner kompensasi, motivasi dan kinerja kerja adalah:

- |                                      |                |
|--------------------------------------|----------------|
| 1) Jawaban SS (Sangat Setuju)        | diberi nilai 5 |
| 2) Jawaban S (Setuju)                | diberi nilai 4 |
| 3) Jawaban R (Ragu-ragu)             | diberi nilai 3 |
| 4) Jawaban TS (Tidak Setuju)         | diberi nilai 2 |
| 5) Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) | diberi nilai 1 |

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, selanjutnya disebut variabel penelitian. Karena jumlah pertanyaan untuk setiap atribut adalah 3 butir pertanyaan, maka pendapat konsumen didasarkan rata-rata nilai dari skor. Untuk mengetahui nilai rata-rata responden digunakan rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

keterangan:

$m$  = angka tertinggi didalam pengukuran.

$n$  = angka terendah dalam pengukuran

$b$  = banyaknya kelas yang dibentuk

Maka rentang skala diperoleh dengan perhitungan:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan rentang skala 0,8, maka numeriknya sebagai berikut:

Sangat Tidak setuju : 1 s/d 1,8

Tidak Setuju : > 1,8 s/d 2,6

|               |                 |
|---------------|-----------------|
| Ragu-ragu     | : > 2,6 s/d 3,4 |
| Setuju        | : > 3,4 s/d 4,2 |
| Sangat Setuju | : > 4,2         |

### E. Definisi Operasional Variabel-variabel

Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan secara terperinci variabel-variabel yang dimaksud dalam penelitian ini, yang terdiri dari:

1. Atribut produk merupakan sesuatu yang melekat pada suatu produk, dalam hal ini adalah produk Shampoo CLEAR. Definisi operasional dalam kuesioner adalah:

a. Harga

Yaitu sejumlah pengorbanan (uang) yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk Shampoo CLEAR. Indikatornya:

- 1) Pendapat konsumen mengenai harga shampoo CLEAR jika dibandingkan dengan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut.
- 2) Pendapat konsumen mengenai harga shampoo CLEAR jika dihubungkan dengan pendapatan/penghasilan konsumen.
- 3) Pendapat konsumen mengenai harga shampoo CLEAR jika dibandingkan dengan produk shampo merk lain.

b. Kemasan

Yaitu pembungkus produk Shampoo CLEAR, dengan indikator:

- 1) Pendapat konsumen mengenai kemasan shampoo Clear apakah dapat menjamin kualitas isinya
- 2) Pendapat konsumen mengenai Kemasan shampoo CLEAR.

- 3) Pendapat konsumen mengenai kemasan shampoo CLEAR yang sangat bervariasi, sehingga banyak pilihan yang bisa dipertimbangkan.

c. Kualitas Produk

Yaitu kemampuan yang dihasilkan oleh Shampoo CLEAR, indikatornya:

- 1) Shampoo CLEAR dapat membersihkan rambut konsumen.
- 2) Jika dibandingkan dengan shampoo lain, konsumen merasa paling cocok menggunakan shampoo CLEAR.
- 3) Bagaimana pendapat konsumen mengenai shampoo CLEAR yang tidak mengakibatkan efek samping.

d. Merk

Yaitu nama, simbol yang menjadi ciri suatu produk dan dapat membedakannya dengan produk lain, indikatornya adalah:

- 1) Konsumen menggunakan shampoo CLEAR karena ketenaran merknya
- 2) Konsumen percaya terhadap merk shampoo tersebut karena diproduksi oleh perusahaan terkenal.
- 3) Bagi konsumen merk CLEAR mencerminkan kualitas produknya.

2. Karakteristik Konsumen

Karakteristik merupakan ciri-ciri seseorang yang merupakan tanda karakter yang dimilikinya. Dalam penelitian ini karakteristik yang diteliti meliputi:

a. Jenis Kelamin

- 1) Pria
- 2) Wanita

b. Pekerjaan

- 1) Pelajar/Mahasiswa

- 2) Pegawai Instansi Pemerintah dan Swasta
  - 3) Wiraswasta
  - 4) Tani dan Buruh Tani
- c. Penghasilan dalam sebulan:
- 1) Kurang dari Rp.500.000,-
  - 2) Rp.500.000 – Rp.1.000.000,-
  - 3) Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000,-
  - 4) Lebih dari Rp.1.500.000

## **F. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi

Populasi adalah satu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti. (Supardi, 1993: 98) Sebagai suatu populasi, kelompok subyek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subyek yang lain. Ciri yang dimaksud tidak terbatas hanya sebagai ciri lokasi akan tetap dapat terdiri dari karakteristik-karakteristik individu. Dalam penelitian ini, akan mengambil populasi masyarakat Condong Catur Yogyakarta.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari para anggota populasi. Dalam penelitian ini sampel yang akan diteliti dihitung dengan rumus:

$$n = \left| \frac{z \cdot a}{E} \right|^2$$

Keterangan:

n = bersanya sampel yang diduga

z = confidence coefisient

a = deviasi standar populasi

E = besarnya error yang diterima

Jadi perhitungannya adalah:

$$n = \left| \frac{1,96,0,5}{0,09} \right|^2 = 96,57 \text{ (100 pembulatan)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan metode *incidental sampling*, dalam teknik sampling ini yang dijadikan anggota sampel adalah masyarakat di wilayah Condong Catur yang kebetulan dijumpai dan memahami tentang Shampoo CLEAR di wilayah Yogyakarta.

## G. Metode Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif.

### 1. Analisis Kualitatif

Analisis ini adalah bentuk tabel frekuensi yang diperoleh dari responden dan digunakan untuk mendiskripsikan faktor-faktor yang berhubungan dengan permasalahan.



## 2. Analisis Kuantitatif

Analisis data dengan menggunakan alat analisa statistik. Adapun alat analisis yang dipergunakan adalah alat analisis Kai Kuadrat. Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan atribut produk dengan keputusan pembelian produk Shampoo CLEAR di Kelurahan Condong Catur Yogyakarta berdasarkan perbedaan karakteristik konsumen. Langkah-langkah perhitungan yang dilakukan adalah:

- a. Menghitung frekwensi yang diharapkan ( $F_h$ ) dengan menggunakan rumus sebagai berikut: (Mustafa, 1995: 89)

$$F_h = \frac{B \times K}{T}$$

Dimana:

$F_h$  = Frekwensi yang diharapkan

$K$  = Jumlah kolom

$B$  = Jumlah baris

$T$  = Jumlah sampel total

Alasan digunakan rumus ini adalah untuk mengetahui besarnya harga frekwensi yang diharapkan.

- b. Menghitung angka atau nilai dari Chi Square ( $X^2$ ) dengan menggunakan rumus: (Mustafa, 1995: 89)

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - f_h)^2}{F_h}$$

Dimana:

$X^2$  = Chi Square

$F_o$  = Frekwensi yang diperoleh dari hasil survey

$f_h$  = Frekwensi yang diharapkan

Alasan digunakan rumus kai kuadrat adalah untuk menghitung angka atau nilai serta sebagai uji proporsi untuk dua peristiwa atau lebih.

c. Mencari derajat kebebasan dengan rumus:

$$dk = (\text{baris}-1) (\text{kolom}-1)$$

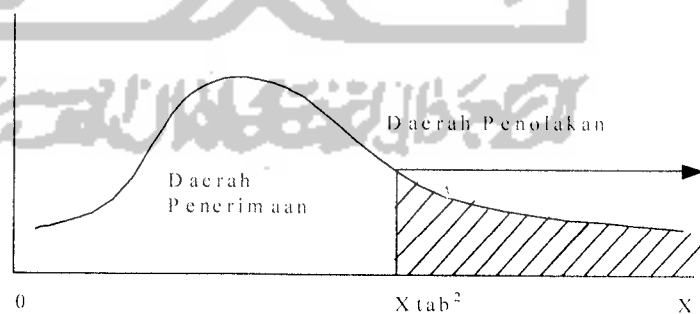
Alasan menggunakan rumus ini adalah untuk mencari harga kritik  $X^2$  dalam tabel. Hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$  : Tidak ada hubungan atribut produk dengan keputusan pembelian produk Shampoo CLEAR di Kelurahan Condong Catur Yogyakarta berdasarkan perbedaan karakteristik konsumen.

$H_a$  : Ada hubungan atribut produk dengan keputusan pembelian produk Shampoo CLEAR di Kelurahan Condong Catur Yogyakarta berdasarkan perbedaan karakteristik konsumen.

d. Menentukan taraf Signifikansi ( $\alpha$ )

Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5%. Kriteria pengujian yang dilakukan adalah:



Gambar 4  
Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$

$H_0$  diterima apabila  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel atau P Value  $> 0,05$

$H_a$  diterima apabila  $X^2$  hitung  $> X^2$  tabel atau P Value  $< 0,05$

- e. Menghitung Koefisien Kontingensi dan Keofisien Kontingensi Maksimal.

Digunakan untuk mengetahui secara kasar eratnya hubungan dua variabel. (Mustafa, 1995: 161)

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

Dimana:

KK = Koefisien Kontingensi

$X^2$  = Harga Kai Kuadrat

N = Banyaknya Sampel yang digunakan

Derajat kontingensi mempunyai hubungan semakin kuat, bila mendekati nilai KK maks. Besarnya derajat kontingensi antara angka nol (0) sampai dengan angka satu (1).

$$KK_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana:

m = Banyaknya baris/kolom yang paling sedikit.

Alasan digunakan rumus ini adalah, supaya nilai koefisien kontingensi yang diperoleh dapat digunakan untuk menilai derajat hubungan antara variabel-variabel maka perlu dibandingkan dengan koefisien maksimum yang bisa terjadi. Kriterianya yaitu:

- 2) Jika nilai KK mendekati harga KKmaks, maka dapat dikatakan hubungan kedua faktor tersebut cukup kuat
- 3) Jika niali KK tidak mendekati harga KKmaks, maka dapat dikatakan hubungan kedua faktor tersebut lemah.