

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### 3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis konjoin. Sugiyono (2015:8), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:8). Analisis konjoin adalah teknik *multivariate* yang khusus digunakan untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi terhadap suatu produk atau jasa (Ghozali, 2013:377).

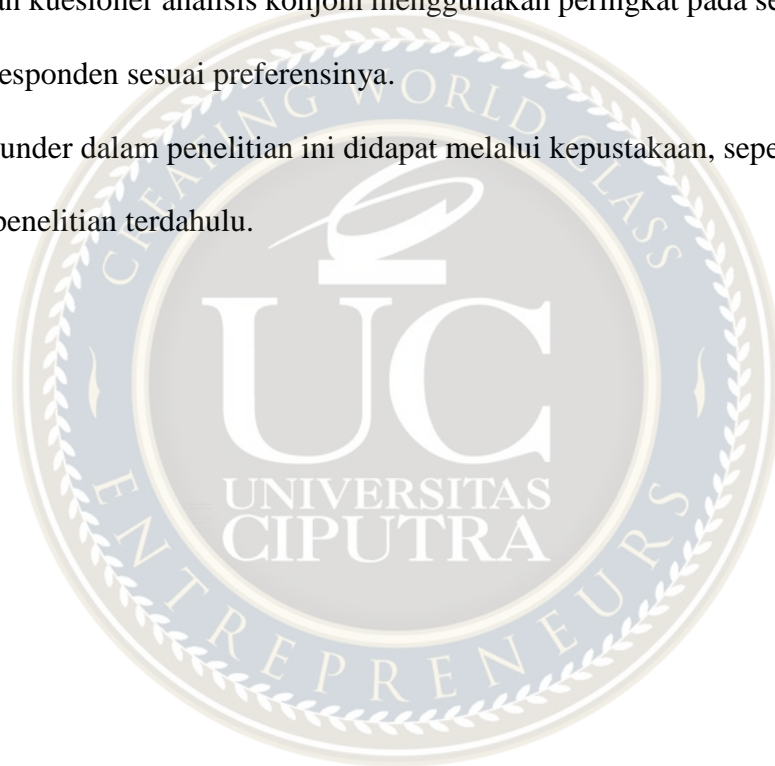
#### 3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Martono (2014:76), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dapat juga didefinisikan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari produk Lofastreet sebanyak 93 orang yang sudah pernah melakukan pembelian produk. Pengertian sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Oleh karena itu, sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampel total atau *sampling jenuh* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang telah disebarikan kepada sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2015:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dengan metode analisis konjoin yang akan dibagikan kepada responden lebih sederhana dibandingkan penelitian lain. Konsep pengisian kuesioner analisis konjoin menggunakan peringkat pada setiap stimuli yang akan diisi oleh responden sesuai preferensinya.

Data sekunder dalam penelitian ini didapat melalui kepustakaan, seperti referensi, teori-teori, dan penelitian terdahulu.



### 3.4 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Definisi Atribut dan Level**

Atribut	Definisi	Level
Daerah tempat tinggal	Berdasarkan lokasi dimana produk Lofastreet dibeli oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Surabaya: konsumen membeli di Surabaya melalui pameran, seller, dan re-seller, dan online.</li><li>2. Luar Surabaya: konsumen membeli di luar Surabaya melalui re-seller dan online.</li></ol>
Kepercayaan	Kepercayaan yang menjadi dasar penggunaan produk fesyen yang dikenakan oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Hijab: untuk konsumen menggunakan hijab.</li><li>2. Non-Hijab: untuk konsumen yang tidak menggunakan hijab.</li></ol>
Iklim	Design produk Lofastreet yang didasari oleh iklim.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tropis: design pakaian yang diciptakan oleh Lofastreet sepanjang tahun.</li><li>2. Subtropis: design pakaian yang diciptakan oleh Lofastreet mengikuti iklim subtropis.</li></ol>
Gender	Design produk Lofastreet yang didasari oleh gender.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Boyish: pakaian yang memiliki potongan dan design menyerupai fesyen pria.</li><li>2. Girly: pakaian yang memiliki potongan dan design fesyen wanita.</li></ol>
Trend	Kalender fesyen internasional yang menjadi acuan Lofastreer dalam menciptakan pakaian.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Designer Trading Year: trend fesyen Lofastreet yang terbit tiga bulan sekali.</li><li>2. Fast Fashion Trading Year: trenf fesyen Lofastreet yang terbit setiap bulan.</li></ol>

**Sumber: Pengolahan data Lofastreet 2016**

### 3.5 Validitas dan Reliabilitas

Menurut Noor (2015:131-133) validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini muenyangkut akurasi instrument. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.

Uji Validitas dan reliabilitas pada data analisis konjoin penelitian ini menggunakan predictive accuracy berdasarkan nilai sig. Kendall's Tau dan Pearson's R. Jika nilai sig. < 5%, maka tingkat prediksi dinyatakan akurat.

Ho : Tidak ada korelasi yang kuat antara variabel Estimates dan variabel Actual

H1 : Ada korelasi yang kuat antara variabel Estimates dan variabel Actual

Jadi, jika probabilitas  $> 0,05$  maka Ho diterima, sedangkan jika probabilitas  $< 0,05$  maka H0 ditolak.

### 3.6 Metode Analisis Data

Sebelum mengolah data, terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian analisis konjoin. Menurut Ghazali (2013:377), analisis konjoin adalah teknik multivariate yang khusus digunakan untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi terhadap suatu produk atau jasa.

Sarwono (2013:112-118) menyatakan bahwa proses analisis konjoin dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan faktor (atribut spesifik) dan kemudian level (bagian-bagian dari faktor).

**Tabel 3.2 Pengkodean Level Stimuli**

Atribut	Level	Kode
Daerah Tempat Tinggal	Surabaya	1
	Luar Surabaya	2
Kepercayaan	Hijab	1
	Non Hijab	2
Iklim	Tropis	1
	Subtropis	2
Gender	Boyish	1
	Girly	2
Trend	Designer Trading Year (DTY)	1
	Fast Fashion Trading Year (FFTY)	2

Sumber: Pengolahan data Lofastreet 2016

- b. Mendesain stimuli, stimuli adalah kombinasi antara Faktor dengan level.

**Tabel 3.3 Kombinasi Stimuli Atribut**

Stimuli	Daerah tempat tinggal	Kepercayaan	Iklm	Gender	Trend
1	Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
2	Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
3	Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
4	Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
5	Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
6	Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
7	Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
8	Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
9	Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
10	Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
11	Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
12	Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
13	Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
14	Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
15	Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
16	Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
17	Luar Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
18	Luar Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
19	Luar Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
20	Luar Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
21	Luar Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
22	Luar Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
23	Luar Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>DTY</i>
24	Luar Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>DTY</i>
25	Luar Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
26	Luar Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
27	Luar Surabaya	Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
28	Luar Surabaya	Non-Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
29	Luar Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>
30	Luar Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
31	Luar Surabaya	Hijab	Subtropis	<i>Girly</i>	<i>FFTY</i>
32	Luar Surabaya	Non-Hijab	Tropis	<i>Boyish</i>	<i>FFTY</i>

Sumber: Pengolahan data Lofastreet 2016

c. Mengumpulkan pendapat responden terhadap setiap stimuli yang ada.

Penelitian ini memiliki stimuli sebanyak delapan stimuli, maka dari itu responden akan diminta memberikan pendapat atas kedelapan stimuli dengan cara melakukan ranking preferensi melalui pemberian angka (32 = paling disukai dan 1 = tidak disukai). Pendapat setiap responden ini disebut sebagai

*Utility*. Pemberian nilai ranking dari yang terbesar ke yang terkecil, akan menunjukkan hasil *utility* positif merupakan level yang menjadi preferensi konsumen.

- d. Melakukan proses analisis konjoin dengan SPSS, menentukan *Predictive Accuracy* dan *Importance Value*. Ketiga metode tersebut dilakukan melalui penulisan dan eksekusi *Syntax Editor*.
- e. Melakukan penafsiran untuk masing masing level.

