

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif menggunakan analisis konjoin. Menurut (Sugiyono, 2017) Metode penelitian merupakan cara ilmiah guna memperoleh data sesuai dengan tujuan yang diperlukan. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori menggunakan cara meneliti interaksi antara variabel. Variabel diukur menggunakan instrumen penelitian sehingga memperoleh data yang terdiri dari angka – angka yang mampu dianalisis yang bersumber dari prosedur statistik, pengujian secara deduktif, menghindari timbulnya simpangan, mengontrol penjelasan – penjelasan alternatif serta mampu menggeneralisasikan dan menerapkan temuan – temuan (Creswell, W. John & Creswell, 2018). Menurut (Santoso, S, 2018) analisis konjoin digunakan untuk mengetahui persepsi seseorang terhadap suatu barang atau jasa yang terdiri dari satu atau banyak bagian.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan generalisasi wilayah didalamnya terdapat objek atau subjek. Populasi memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipahami dan didapatkan kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Populasi didalam penelitian ini adalah *followers* akun media sosial *Instagram* Artfresh yang

merupakan bukti kevalidan data dari konsumen Artfresh. Populasi pada penelitian ini sebanyak 508 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sehingga sampel yang digunakan dari populasi dapat mewakili (*representative*) (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada tiap unsur dalam populasi yang dijadikan sampel. Pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = sampel

N = Populasi

e = *margin of error* (5%)

n = 508 / [508(0.05)² + 1]

n = 508 / 2,27

n = 223

Dari pengolahan data yang telah dilakukan sampel yang terdapat didalam penelitian ini merupakan *followers* akun media sosial *Instagram* Artfresh sebanyak 223 orang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dari

kuesioner yang telah disebarkan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah referensi, penelitian terdahulu serta teori – teori yang telah ada.

3.4 Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan data atau kevalidan suatu alat ukur. Alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila hasil atau jawaban individu terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu.

Uji validitas pada analisis konjoin terhadap penelitian ini menggunakan *Pearson's Correlation*, data dapat dinyatakan valid apabila mencapai nilai signifikan *Pearson's Correlation* <5%. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Kendall's Tau*, data dinyatakan reliabel apabila nilai signifikan *Kendall's Tau* <5%.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin. (Santoso, S., 2018) menjelaskan merupakan analisis multivariat, analisis konjoin tidak memerlukan uji asumsi seperti normalitas, homoskedasitas. Hasil dari analisis konjoin adalah bentuk suatu objek yang sesuai dengan keinginan responden.

(Santoso, S. 2018:302) menjelaskan proses analisis konjoin sebagai berikut:

- a. Menentukan faktor sebagai atribut spesifik dan level sebagai bagian dari faktor pada sebuah produk.

Tabel 3.1 : Kode Level Stimuli

Faktor	Level	Kode
Aroma	Lemongrass	A1
	Bvlgari rose	A2

	Lavender	A3
	Eucalyptus	A4
	Green Apel	A5
Bahan Packaging	Kertas	B1
	Botol	B2
Cara penggunaan	Digantung	C1
	Ditempel	C2

Sumber : Olah data, 2021

- b. Mendesain stimuli. Stimuli atau treatment merupakan kombinasi antara faktor dengan level.

Tabel 3.2 Kombinasi Stimuli Atribut

Stimuli	Aroma	Bahan packaging	Cara penggunaan
1	Lemongrass	Kertas	Digantung
2	Lemongrass	Kertas	Ditempel
3	Lemongrass	Botol	Digantung
4	Lemongrass	Botol	Ditempel
5	Bulgari rose	Kertas	Digantung
6	Bulgari rose	Kertas	Ditempel
7	Bulgari rose	Botol	Digantung
8	Bulgari rose	Botol	Ditempel
9	Lavender	Kertas	Digantung
10	Lavender	Kertas	Ditempel
11	Lavender	Botol	Digantung
12	Lavender	Botol	Ditempel
13	Eucalyptus	Kertas	Digantung
14	Eucalyptus	Kertas	Ditempel
15	Eucalyptus	Botol	Digantung
16	Eucalyptus	Botol	Ditempel
17	Green Apel	Kertas	Digantung
18	Green Apel	Kertas	Ditempel
19	Green Apel	Botol	Digantung
20	Green Apel	Botol	Ditempel

Sumber : Olah data, 2021

- c. Menyatukan pendapat responden terhadap stimuli yang telah diberikan.

Dalam penelitian ini terdapat dua puluh stimuli, oleh karenanya responden diminta memberikan pendapat terhadap kedua puluh stimuli dengan cara memberikan rangking atau urutan 1 sampai 20. Rangking 1 menunjukkan kombinasi stimuli yang paling diminati dan rangking 20 menunjukkan kombinasi stimuli yang paling tidak diminati oleh

responden. *Utility* merupakan kata lain dari pendapat responden. Pemberian ranking yang telah dilakukan oleh responden dapat menunjukkan hasil *utility* positif yang menjadi preferensi konsumen.

- d. Melakukan proses konjoin. Dari data yang telah diperoleh dilakukan proses konjoin untuk memprediksi kombinasi atribut yang paling diminati oleh responden.
- e. Melakukan *predictive accuracy* dari hasil conjoint yang telah dilakukan dengan menguji hasil konjoin dengan jumlah *holdout sample* untuk mengetahui prediksi yang dilakukan memiliki tingkat ketepatan yang tinggi.

