

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Deskripsi Penelitian

Penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mengetahui kombinasi atribut produk yang paling disukai oleh konsumen Lady Reptile dalam proses pembelian *leopard gecko* ini menggunakan paradigma penelitian kuantitatif. Menurut Murdiyatomoko (2007:68), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data berupa penghitungan secara matematis. Sedangkan berdasarkan jenis informasi yang ingin diperoleh, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *causal exploratory* dimana Zikmund (2007:54) mendefinisikan penelitian tersebut sebagai sebuah penelitian yang mendalam untuk menemukan hubungan antar variabel.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Arifin (2008:69) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti. Objek atau individu yang akan diteliti tersebut biasanya memiliki karakteristik tertentu. Sedangkan pengertian populasi menurut Greener (2008:48) ialah jumlah keseluruhan anggota yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Lady Reptile yang pernah melakukan transaksi pembelian selama periode 2010 – 2012 karena Lady Reptile berdiri sejak tahun 2010.

Jumlah populasi berdasarkan konsumen Lady Reptile yang pernah melakukan transaksi pembelian selama periode 2010 – 2012 adalah 212 orang dengan perincian sebagai berikut:

- a. Konsumen Lady Reptile yang melakukan transaksi pembelian pada periode Mei 2010 – Desember 2010 berjumlah 58 orang.
- b. Konsumen Lady Reptile yang melakukan transaksi pembelian pada periode Januari 2011 – Desember 2011 berjumlah 108 orang.
- c. Konsumen Lady Reptile yang melakukan transaksi pembelian pada periode Januari 2012 – Maret 2012 berjumlah 46 orang.

Dalam penelitian ini, terdapat keterbatasan waktu dan biaya yang tidak memungkinkan keseluruhan anggota populasi untuk menjadi objek yang diteliti. Oleh karena itu, dari keseluruhan anggota populasi tersebut hanya diambil beberapa untuk dijadikan sampel yang mewakili populasi.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan cara tertentu. Sampel mewakili karakteristik tertentu, jelas, lengkap, dan dianggap mewakili populasi. Sampel yang baik harus bersifat representatif dan memadai. Sampel yang representatif biasanya memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan ciri-ciri populasinya. Sedangkan sampel dikatakan memadai apabila ukuran sampel tersebut cukup untuk meyakinkan kestabilan ciri-cirinya (Arifin, 2008:69). Pengertian lain dari sampel didefinisikan oleh Istijanto (2009:113) sebagai suatu bagian yang diambil dari populasi dan digunakan untuk mewakili populasi yang diteliti.

Menurut Umar (2008:35), pengambilan jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam persen

Secara umum, tingkat kepercayaan sebesar 90%-95% adalah cukup untuk kebanyakan studi pasar (Nargundkar, 2008:92). Dalam penelitian ini digunakan tingkat kesalahan sebesar 10%.

$$n = \frac{212}{1 + 212(0.1)^2}$$

$$n = 67,95$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel dibulatkan sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 68 orang.

Dalam penelitian ini, desain pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Maksud dari pengambilan sampel dengan *non-probability sampling* adalah peneliti mengambil beberapa sampel secara bebas dari keseluruhan anggota populasi. Dengan desain *non-probability sampling*, tidak seluruh anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian karena biasanya pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti. Dari beberapa jenis metode yang terdapat dalam *non-probability sampling*,

yang digunakan oleh peneliti adalah metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* atau *judgement sampling* merupakan sebuah metode dimana peneliti melakukan pemilihan sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud atau tujuan penelitian (Kuncoro, 2009:139). Berkaitan dengan penggunaan *non-probability sampling* dengan jenis metode *purposive sampling*, peneliti bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang atribut terpenting yang mempengaruhi keputusan dalam membeli *leopard gecko* di perusahaan Lady Reptile. Sedangkan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan berdasarkan pertimbangan peneliti, yaitu:

- a. Responden pernah melakukan transaksi pembelian *leopard gecko* di perusahaan Lady Reptile selama periode 2010 – 2012.
- b. Responden berada di wilayah Surabaya.

C. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan berupa data kualitatif yang dikuantitatifkan. Data kualitatif yang dikuantitatifkan terdiri dari data nominal dan data ordinal. Menurut Kuncoro (2009:146), data nominal adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kategori dan tidak menunjukkan tingkatan atau peringkat apapun. Sedangkan data ordinal adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kategori dan menunjukkan tingkatan atau peringkat tertentu. Peneliti menggunakan data nominal untuk beberapa pertanyaan dalam kuisisioner, seperti jenis kelamin dan pekerjaan responden. Sedangkan data

ordinal digunakan untuk pertanyaan lainnya dalam kuisisioner, seperti pertanyaan mengenai umur responden serta pertanyaan-pertanyaan seputar atribut produk.

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui survei lapangan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti (Widjono Hs, 2007:248). Data primer dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh melalui kuisisioner yang diisi oleh responden (konsumen Lady Reptile).

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan untuk publik. Dengan kata lain, data sekunder bukan merupakan data yang diperoleh langsung melalui sumbernya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data internal perusahaan dan data eksternal dari buku literatur dan internet yang berkaitan dengan penelitian.

Untuk mengumpulkan data primer, peneliti menggunakan metode penyebaran kuisisioner. Kuisisioner dibagikan dan diisi secara langsung oleh konsumen Lady Reptile. Metode penyebaran kuisisioner dipilih karena dengan metode ini pertanyaan dan jawaban dapat dilakukan secara jelas dan terkontrol, serta dapat diperoleh informasi yang terperinci (Rangkuti, 2007:45).

D. Variabel Data

Rangkuti (2007:64) mendefinisikan variabel sebagai konsep yang memiliki variasi nilai. Dalam penelitian ini, digunakan beberapa variabel, yaitu motif *leopard gecko* (X1), jenis kelamin *leopard gecko* (X2), umur *leopard gecko* (X3), dan keputusan pembelian (Y). Keempat variabel tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Motif *leopard gecko* (X1) terbagi dalam dua level, yaitu *pattern* dan *patternless*.
2. Jenis kelamin *leopard gecko* (X2) hanya terdiri dari dua level seperti jenis kelamin hewan lainnya, yaitu jantan dan betina.
3. Umur *leopard gecko* (X3) terbagi dalam tiga level, yaitu *baby*, *juvenile*, dan *adult*.
4. Keputusan pembelian (Y) didefinisikan oleh Kotler (2007:223) sebagai beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala urutan bertingkat (*rank order scaling*). Menurut Istijanto (2009:88), skala urutan bertingkat membandingkan objek yang berjumlah lebih dari dua. Kemudian objek yang berjumlah lebih dari dua tersebut akan diurutkan atau diberi peringkat berdasarkan kriteria penilaian tertentu oleh responden.

E. Validitas dan Reliabilitas Data

Sarwono (2008:85) mengemukakan bahwa sebuah skala pengukuran dinilai valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya (Sarwono, 2008:86). Menurut Malhotra (2007:629), terdapat dua prosedur yang digunakan untuk menentukan validitas dan reliabilitas dari hasil analisis *conjoint*, yaitu:

1. Evaluasi estimasi *goodness of fit* model. Jika variabel *dummy* digunakan dalam regresi, nilai dari R^2 akan memunculkan sebuah indikasi tingkat kecocokan model terhadap data.
2. Evaluasi *holdout* atau stimuli validasi dapat diprediksi melalui estimasi fungsi *part-worth*, yang dalam prinsipnya memiliki tujuan untuk memperkirakan pola pendapat responden.

F. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *conjoint*. Buku SPSS *conjoint* 17.0 mendefinisikan analisis *conjoint* sebagai suatu alat dalam penelitian yang digunakan untuk mengembangkan desain produk yang efektif. Analisis *conjoint* membantu peneliti untuk memperoleh jawaban mengenai atribut produk apakah yang dianggap penting dan kurang penting oleh konsumen, serta kombinasi atribut apakah yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian yang

menggunakan metode analisis *conjoint* perlu dirincikan terlebih dahulu atribut apa saja yang terdapat pada suatu produk. Tujuan analisis *conjoint* menurut Santoso (2010:279) adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi seorang individu terhadap sebuah objek yang terdiri dari satu atau banyak bagian. Penelitian ini menggunakan metode analisis *conjoint* karena analisis *conjoint* merupakan metode yang sangat baik untuk menganalisis preferensi konsumen Lady Reptile terhadap atribut *leopard gecko* dan tingkat kepentingan atribut *leopard gecko*. Model analisis *conjoint* menurut Santoso (2010:281) adalah sebagai berikut:

$$Y = X_1 + X_2 + \dots + X_p + \text{constant}$$

Keterangan:

Y = utilitas dari kombinasi faktor (atribut) yang menjadi preferensi konsumen

X_1, X_2, \dots, X_p = nilai utilitas atas atribut 1, 2, ..., p

Langkah-langkah proses dasar analisis *conjoint* yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor sebagai atribut dan level sebagai bagian-bagian dari faktor sebuah objek. Dalam penelitian ini terdapat terdapat tiga faktor, yaitu motif, jenis kelamin, dan umur *leopard gecko*. Masing-masing faktor terdiri dari beberapa level. Faktor motif *leopard gecko* terdiri dari dua level, yaitu *pattern* dan *patternless*. Faktor jenis kelamin *leopard gecko* juga terdiri dari dua level, yaitu jantan dan betina. Sedangkan faktor umur *leopard gecko* terdiri dari tiga level, yaitu *baby*, *juvenile*, dan *adult*.

2. Mendesain stimuli. Kombinasi antara faktor dengan level disebut sebagai suatu stimuli. Contoh stimuli dalam penelitian ini adalah *leopard gecko* bermotif (*pattern*) dengan jenis kelamin jantan dan berumur bayi (*baby*). Contoh stimuli ini hanya salah satu dari sejumlah kombinasi yang ada dalam penelitian ini. Total kombinasi diperoleh dari perkalian level dari masing-masing faktor (2x2x3).

Tabel 3.1 Kombinasi Stimuli

No.	Motif	Jenis kelamin	Umur	Kombinasi yang terbentuk
1	<i>Pattern</i>	Jantan	<i>Baby</i>	<i>Leopard gecko pattern</i> , jenis kelamin jantan, umur <i>baby</i>
2	<i>Pattern</i>	Jantan	<i>Juvenile</i>	<i>Leopard gecko pattern</i> , jenis kelamin jantan, umur <i>juvenile</i>
3	<i>Pattern</i>	Jantan	<i>Adult</i>	<i>Leopard gecko pattern</i> , jenis kelamin jantan, umur <i>adult</i>
4	<i>Pattern</i>	Betina	<i>Baby</i>	<i>Leopard gecko pattern</i> , jenis kelamin betina, umur <i>baby</i>
5	<i>Pattern</i>	Betina	<i>Juvenile</i>	<i>Leopard gecko pattern</i> , jenis kelamin betina, umur <i>juvenile</i>
6	<i>Pattern</i>	Betina	<i>Adult</i>	<i>Leopard gecko pattern</i> , jenis kelamin betina, umur <i>adult</i>
7	<i>Patternless</i>	Jantan	<i>Baby</i>	<i>Leopard gecko patternless</i> , jenis kelamin jantan, umur <i>baby</i>
8	<i>Patternless</i>	Jantan	<i>Juvenile</i>	<i>Leopard gecko patternless</i> , jenis kelamin jantan, umur <i>juvenile</i>
9	<i>Patternless</i>	Jantan	<i>Adult</i>	<i>Leopard gecko patternless</i> , jenis kelamin jantan, umur <i>adult</i>
10	<i>Patternless</i>	Betina	<i>Baby</i>	<i>Leopard gecko patternless</i> , jenis kelamin betina, umur <i>baby</i>
11	<i>Patternless</i>	Betina	<i>Juvenile</i>	<i>Leopard gecko patternless</i> , jenis kelamin betina, umur <i>juvenile</i>
12	<i>Patternless</i>	Betina	<i>Adult</i>	<i>Leopard gecko patternless</i> , jenis kelamin betina, umur <i>adult</i>

Sumber: Data diolah

Stimuli ini kemudian diberi *value*/nilai kategori dan diproses dalam program SPSS. Berikut adalah *value*/nilai kategori yang mewakili atribut-atribut dalam penelitian ini:

a. Motif *leopard gecko*

Tabel 3.2 Motif *leopard gecko*

Level	X ₁
<i>Pattern</i>	1
<i>Patternless</i>	0

b. Jenis kelamin *leopard gecko*

Tabel 3.3 Jenis kelamin *leopard gecko*

Level	X ₂
Jantan	1
Betina	0

c. Umur *leopard gecko*

Tabel 3.4 Umur *leopard gecko*

Level	X ₃	X ₄
<i>Baby</i>	1	0
<i>Juvenile</i>	0	1
<i>Adult</i>	0	0

Selain itu, melalui tabel kombinasi atribut dapat dibentuk pengkodean kombinasi atribut sebagai berikut:

Tabel 3.5 Pengkodean Kombinasi Atribut

No.	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
1	1	1	1	0
2	1	1	0	1
3	1	1	0	0
4	1	0	1	0
5	1	0	0	1
6	1	0	0	0
7	0	1	1	0
8	0	1	0	1
9	0	1	0	0
10	0	0	1	0
11	0	0	0	1
12	0	0	0	0

3. Mengumpulkan pendapat dari responden terhadap masing-masing stimuli yang ada. Dalam penelitian ini terdapat 12 kombinasi stimuli yang akan diurutkan berdasarkan ranking oleh responden dengan cara memberikan nilai skala dari 1 hingga 12 pada setiap stimuli. Pendapat yang diperoleh dari responden disebut dengan *utility* dan akan dinyatakan dengan angka serta menjadi dasar dalam perhitungan *conjoint*.
4. Melakukan proses analisis *conjoint* untuk memprediksi apa yang diinginkan oleh responden. Model analisis *conjoint* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = X_1 + X_2 + X_3 + \text{constant}$$

Keterangan:

Y = utilitas dari kombinasi faktor (atribut) yang menjadi preferensi konsumen

X₁ = nilai utilitas atribut motif leopard gecko yang terdiri dari 2 level

X_2 = nilai utilitas atribut jenis kelamin leopard gecko yang terdiri dari 2 level

X_3 = nilai utilitas atribut umur leopard gecko yang terdiri dari 3 level

5. Menentukan *importance values* yang menjadi tingkat kepentingan terhadap keseluruhan faktor dan level.
6. Menentukan *predictive accuracy* (ketepatan prediksi) melalui hasil analisis *conjoint* yang dilakukan dengan sejumlah *holdout sample* untuk mengetahui apakah prediksi yang ada memiliki ketepatan yang tinggi.

