

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini yaitu persepsi laki-laki terhadap faktor personal, faktor sosial, faktor informasi dan minat beli kosmetik pada laki-laki. Lokasi penelitian pada penelitian ini yaitu di Manajemen FEB Unika Soegijapranata Semarang karena mayoritas laki-laki di Manajemen FEB Unika Soegijapranata memperhatikan penampilannya dimana selalu berpenampilan rapi dan menarik. Hal ini memungkinkan adanya penggunaan kosmetik pada laki-laki di Manajemen FEB Unika Soegijapranata sehingga cocok untuk menjadi lokasi penelitian.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Uber Silalahi (2006), populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana peneliti tertarik. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah laki-laki yang berstatus mahasiswa jurusan manajemen di Unika Soegijapranata. Populasi laki-laki yang berstatus mahasiswa jurusan manajemen di Manajemen FEB Unika Soegijapranata sebanyak 697 mahasiswa per 2018 dari angkatan 2014 s.d. 2017.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:116), pengertian sampel yaitu “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi”. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil yaitu laki-laki yang berstatus mahasiswa jurusan manajemen di Unika Soegijapranata. Penelitian mengambil sampel tersebut karena umur mahasiswa antara 18-23 tahun pada umumnya dimana masih terjadi emosi yang labil atau mudah berubah. Umur-umur tersebut juga didukung dengan keinginan laki-laki untuk

berpenampilan menarik sehingga menarik perhatian lawan jenis (Hidayat, 2012). Situasi ini tentunya memungkinkan penggunaan kosmetik untuk merubah penampilan menjadi lebih menarik.

Jumlah sampel yang diambil peneliti yaitu sebanyak 50 responden laki-laki. Peneliti mengambil sampel sebanyak 50 responden laki-laki karena menurut Ulber Silalahi (2006), jumlah sampel yang diambil sekitar 30 dapat dilakukan analisis statistik. Peneliti menambahkan 20 sampel menjadi 50 agar data penelitian yang didapat lebih akurat.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *convenience sampling*. Menurut Uma Sekaran (2006), pengertian *convenience sampling* adalah kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut. Dengan begitu, siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan peneliti baik bertemu secara langsung maupun tak langsung, dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini bila responden tersebut cocok sebagai sumber data.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti memperoleh data secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu laki-laki yang ada di Manajemen FEB Unika Soegijapranata.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner atau angket. Kuesioner pada penelitian ini berupa pernyataan-pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

Pernyataan-pernyataan tersebut meliputi 5 bagian yaitu data diri responden, faktor sosial, faktor personal, faktor informasi dan minat beli. Data yang didapat nantinya akan diolah menjadi data dan diuji dengan alat statistik untuk memecahkan masalah yang ada. Pernyataan-pernyataan yang diberikan terkait dengan faktor personal, faktor informasi dan minat beli berupa pernyataan tertutup dengan memilih skala satu sampai dengan skala lima menggunakan skala *Likert* dimana terdapat kriteria yaitu skor 1 mewakili sangat tidak setuju dan skor 5 mewakili sangat setuju. Pemberian skor dijelaskan sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------------------|---|
| 1) Jawaban Sangat Setuju diberi skor | 5 |
| 2) Jawaban Setuju diberi skor | 4 |
| 3) Jawaban Netral diberi skor | 3 |
| 4) Jawaban Tidak Setuju diberi skor | 2 |
| 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor | 1 |

Sedangkan pada bagian faktor sosial akan digunakan teknik kategorial untuk menjawab etnis dan agama. Responden akan memilih jawaban yang telah disediakan dan jawaban responden akan dikategorikan yang dijelaskan sebagai berikut:

- | Etnis | |
|-------------|------------|
| 1) Tionghoa | kategori 1 |
| 2) Jawa | kategori 2 |
| 3) Arab | kategori 3 |
| 4) Batak | kategori 4 |
| 5) Lainnya | kategori 5 |

Agama

- | | |
|------------|------------|
| 1) Kristen | kategori 1 |
| 2) Katolik | kategori 2 |
| 3) Islam | kategori 3 |
| 4) Budha | kategori 4 |
| 5) Hindu | kategori 5 |

Kuesioner disebarikan kepada responden menggunakan internet dengan memanfaatkan google form sebagai medianya. *Posting* kuesioner dilakukan pada tanggal 20 Juni 2019 dan disebarikan setiap harinya. Pengecekan google form juga dilakukan setiap hari, apabila sampel sebesar 50 sampel sudah terpenuhi, maka google form akan di *close*. *Closing* kuesioner google form dilakukan pada tanggal 23 Juni 2019 karena telah memenuhi sampel yang dibutuhkan.

Tabel 3.1 Kegiatan Pengumpulan Data

Tanggal	Kegiatan	Jumlah Responden	Total
20 Juni 2019	<i>Posting</i> kuesioner google form dan menyebarkan kuesioner	9	9
21 Juni 2019	Mengecek dan menyebarkan kuesioner	21	30
22 Juni 2019	Mengecek dan menyebarkan kuesioner	15	45
23 Juni 2019	Mengecek dan <i>closing</i> kuesioner google form	5	50

Sumber: Data primer, 2019

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik korelasi bivariat dengan menggunakan rumus *Pearson's Product Moment*. Setiap item yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi, maka menunjukkan item tersebut memiliki validitas yang tinggi (Sugiyono, 2018). Syarat minimal pada setiap item adalah $r = 0,273$ berdasarkan r tabel signifikansi 5% dengan data sebanyak 50. Jadi jika korelasi antara item dengan skor total kurang dari 0,273, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.2 menunjukkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan masing-masing variabel. Semua item pernyataan kecuali pernyataan keinginan untuk berteman memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga dinyatakan valid. Karena item pernyataan keinginan untuk berteman memiliki nilai r hitung $<$ r tabel yaitu $0.124 < 0.273$, maka item pernyataan tersebut tidak valid dan tidak diikut sertakan pada proses selanjutnya.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas 1

Variabel Penelitian	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Faktor Personal	Keinginan untuk menggunakan kosmetik	0.803	0.273	Valid
	Keberanian untuk menggunakan kosmetik	0.732	0.273	Valid
	Kewajaran penggunaan kosmetik	0.794	0.273	Valid
	Nilai-nilai dalam agama tentang kosmetik	0.732	0.273	Valid
	Nilai-nilai dalam keluarga tentang kosmetik	0.785	0.273	Valid
	Nilai-nilai dalam lingkungan tentang kosmetik	0.741	0.273	Valid
	Keinginan untuk berteman	0.124	0.273	Tidak Valid
	Keberanian mengemukakan pendapat	0.387	0.273	Valid
	Kemampuan mengendalikan emosi	0.300	0.273	Valid
	Tingkat kecerdasan	0.315	0.273	Valid
Faktor Informasi	Kuantitas teman laki-laki yang menggunakan kosmetik	0.757	0.273	Valid
	Intensitas melihat laki-laki yang menggunakan kosmetik	0.743	0.273	Valid
	Pengalaman menerima informasi tentang kosmetik dari laki-laki	0.726	0.273	Valid
	Mengerti tentang berbagai produk kosmetik	0.650	0.273	Valid
	Keinginan untuk mencari informasi tentang produk kosmetik	0.789	0.273	Valid
	Keinginan untuk mencari informasi tentang fungsi dari produk kosmetik	0.843	0.273	Valid
	Intensitas melihat konten-konten produk kosmetik di internet.	0.667	0.273	Valid
	Intensitas melihat konten-konten produk kosmetik di media sosial.	0.607	0.273	Valid
Minat Beli	Keinginan membeli produk kosmetik	0.914	0.273	Valid
	Merekomendasikan produk kosmetik kepada orang lain	0.904	0.273	Valid
	Memiliki preferensi pada produk kosmetik	0.911	0.273	Valid
	Mencari informasi-informasi mengenai produk kosmetik yang diminati.	0.860	0.273	Valid

Sumber: Data primer, 2019

Selanjutnya dilakukan pengujian ulang untuk uji validitas tanpa menggunakan item pernyataan yang tidak valid. Berdasarkan Tabel 3.3, nilai r hitung pada setiap item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel sehingga pada pengujian kedua diperoleh semua item pernyataan valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 2

Variabel Penelitian	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Faktor Personal	Keinginan untuk menggunakan kosmetik	0.813	0.273	Valid
	Keberanian untuk menggunakan kosmetik	0.738	0.273	Valid
	Kewajaran penggunaan kosmetik	0.788	0.273	Valid
	Nilai-nilai dalam agama tentang kosmetik	0.749	0.273	Valid
	Nilai-nilai dalam keluarga tentang kosmetik	0.795	0.273	Valid
	Nilai-nilai dalam lingkungan tentang kosmetik	0.760	0.273	Valid
	Keberanian mengemukakan pendapat	0.347	0.273	Valid
	Kemampuan mengendalikan emosi	0.302	0.273	Valid
Faktor Informasi	Tingkat kecerdasan	0.334	0.273	Valid
	Kuantitas teman laki-laki yang menggunakan kosmetik	0.757	0.273	Valid
	Intensitas melihat laki-laki yang menggunakan kosmetik	0.743	0.273	Valid
	Pengalaman menerima informasi tentang kosmetik dari laki-laki	0.726	0.273	Valid
	Mengerti tentang berbagai produk kosmetik	0.650	0.273	Valid
	Keinginan untuk mencari informasi tentang produk kosmetik	0.789	0.273	Valid
	Keinginan untuk mencari informasi tentang fungsi dari produk kosmetik	0.843	0.273	Valid
	Intensitas melihat konten-konten produk kosmetik di internet.	0.667	0.273	Valid
Minat Beli	Intensitas melihat konten-konten produk kosmetik di media sosial.	0.607	0.273	Valid
	Keinginan membeli produk kosmetik	0.914	0.273	Valid
	Merekomendasikan produk kosmetik kepada orang lain	0.904	0.273	Valid
	Memiliki preferensi pada produk kosmetik	0.911	0.273	Valid
	Mencari informasi-informasi mengenai produk kosmetik yang diminati.	0.860	0.273	Valid

Sumber: Data primer, 2019

Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk mencari reliabilitas atas instrumen yang digunakan yaitu kuesioner. Batas instrumen penelitian yang dianggap reliabel yaitu jika memiliki koefisien r di atas 0,60. Jadi jika koefisien r di bawah 0,60, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel. Berdasarkan

tabel 3.4, semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0.60 sehingga semua variabel penelitian di penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitain	Cronbach's Alpha	Keterangan
Faktor Personal	0.814	Reliabel
Faktor Informasi	0.866	Reliabel
Minat Beli	0.917	Reliabel

Sumber: Data primer, 2019

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi variabel latar belakang yang terdiri dari faktor personal, faktor sosial, faktor informasi dan variabel minat beli pada penelitian. Peneliti menggambarkan variabel-variabel tersebut dengan bantuan tabel-tabel yang menunjukkan rata-rata pada setiap item pernyataan. Untuk membantu melakukan interpretasi dari rata-rata, maka menggunakan alat bantu dengan membuat *range* dengan rumus sebagai berikut:

$$Range = \frac{\max - \min}{k}$$

Dengan menggunakan rumus di atas, maka mendapatkan *range* senilai $\frac{5-1}{5} = 0,8$ yang dapat diterapkan sebagai berikut:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju

1,8 – 2,6 = Tidak Setuju

2,6 – 3,4 = Netral

3,4 – 4,2 = Setuju

4,2 – 5,0 = Sangat Setuju

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mendapatkan data penelitian yang diperlukan untuk

memecahkan masalah. Analisis regresi linear berganda digunakan peneliti untuk melihat pengaruh antara variabel faktor personal, faktor etnis, faktor agama dan faktor informasi sebagai variabel independen terhadap variabel minat sebagai variabel dependen. Peneliti memanfaatkan *software* komputer yaitu SPSS untuk membantu analisis data penelitian. Rumus yang digunakan pada analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y=a+bX_1+cX_2+dX_3+eX_4$$

Dimana:

- Y = Minat Beli
- a = Konstanta
- b = Konstanta regresi (X₁)
- c = Konstanta regresi (X₂)
- d = Konstanta regresi (X₃)
- e = Konstanta regresi (X₄)
- X₁ = Faktor Personal
- X₂ = Etnis
- X₃ = Agama
- X₄ = Faktor Informasi

3.6.3 Uji t

Uji-t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh atau ada tidaknya hubungan variabel-variabel independen yaitu faktor personal (X₁), etnis (X₂), agama (X₃), dan faktor informasi (X₄) dengan variabel dependen yaitu minat beli (Y).

Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

H1: Terdapat pengaruh faktor personal (X₁) terhadap minat beli laki-laki terhadap kosmetik (Y).

H2 : Terdapat pengaruh etnis (X_2) terhadap minat beli laki-laki terhadap kosmetik (Y).

H3 : Terdapat pengaruh agama (X_3) terhadap minat beli laki-laki terhadap kosmetik (Y).

H4 : Terdapat pengaruh faktor informasi (X_4) terhadap minat beli laki-laki terhadap kosmetik (Y).

2) Menentukan tingkat signifikansi

$$\alpha = 5\% (0.05)$$

3) Menghitung nilai t hitung dari hasil spss

4) Menentukan daerah penolakan H_0

H_0 ditolak jika $t_{hit} > t_{tab}$

H_0 diterima jika $-(t_{hit}) < t_{tab} < t_{hit}$

5) Menentukan t tabel dengan rumus:

$$df = n - k$$

6) Kriteria pengujian nilai t hitung dan t tabel

Bila nilai $t_{hit} > t_{tab}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Bila nilai $t_{hit} < t_{tab}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

7) Membuat kesimpulan dari hasil pengujian.

3.6.4 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel independen dan variabel dependen, yaitu apakah variabel independen faktor personal (X_1), etnis (X_2), agama (X_3), dan faktor informasi (X_4) mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu minat beli (Y).

Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

H_1 : faktor personal (X_1), etnis (X_2), agama (X_3), dan faktor informasi (X_4) secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli (Y).

- 2) Menentukan tingkat signifikansi

$$\alpha = 5\% (0.05)$$

- 3) Menentukan F tabel dengan rumus:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

- 4) Menentukan kriteria pengujian

Jika $F_{hit} > F_{tab}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Jika $F_{hit} < F_{tab}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

- 5) Membuat kesimpulan dari hasil pengujian

3.6.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam mengukur perubahan variabel dependen yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel independen faktor personal (X_1), etnis (X_2), agama (X_3), dan faktor informasi (X_4) akan diikuti oleh variabel dependen yaitu minat beli (Y) pada proporsi yang sama. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan melihat nilai *adjusted R* dari model regresi karena *adjusted R square* dapat berubah naik atau turun jika variabel independen ditambahkan (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1 dimana semakin tinggi nilai koefisien determinasi berarti semakin besar kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Jika semakin kecil nilai koefisien determinasi, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah kecil (Ghozali, 2011).