

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengadakan penelitian pada PT. Avon yang berlokasi di Kantor Cabang Avon , Jalan KH. A. Dahlan No.7 Semarang, Alasan pemilihan lokasi yang dijadikan obyek penelitian ini didasarkan atas beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Lokasi penelitian terletak di pusat kota Semarang.
2. Belum pernah diadakan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetika Avon di jalan Kantor Cabang Avon, Semarang.

3.2. Populasi

Populasi Adalah data yang menjadi pusat perhatian kita di dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan (Drs.S.Margono, 1997:188).

Dalam penelitian ini populasinya adalah para wanita pengguna produk kosmetika Avon yang berjumlah 69.949 orang.

3.3. Teknik Sampling

Adapun cara menentukan sampel yang dipergunakan adalah teknik sampel *accidental sampling*, yaitu dengan memilih responden terdekat yang dijumpai pertama kali pada saat itu juga.

Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel

Sedangkan sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 100 responden.

Jumlah sampel ini berdasarkan jumlah rumus sebagai berikut (Rao Purba, 1996):

$$n = \frac{N}{(1 + N) (Meo)^2}$$

n = Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

Meo = *Margin of Error Maximum* (10 %)

Dari jumlah populasi yang didapat ditentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \frac{69949}{(1+69949)(0.1)^2} \\ &= 99,998 = 100 \end{aligned}$$

3.4. Data

Data adalah sesuatu yang akan diolah lebih lanjut (dianalisis atau dievaluasi) sehingga memberi jawaban atas permasalahan penelitian. Peneliti harus dapat menentukan data apa yang dibutuhkannya dalam menjawab permasalahan penelitian.

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Adapun cara pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner, yaitu berupa daftar pernyataan yang disertai alternatif jawaban yang dibagikan kepada responden untuk kemudian diisi. Dalam kuesioner ini terdapat pernyataan mengenai tanggapan responden atas faktor produk, harga, merek, promosi, desain yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetika Avon. Cara lain yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yaitu dengan metode wawancara dengan manajer operasional Avon, diperoleh informasi tentang sejarah berdirinya Avon, serta struktur organisasi perusahaan.

3.4.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

A. **Data Primer** adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Husein Umar, 1998:43).

Data primer dalam penelitian ini adalah data tentang tanggapan responden (pengguna produk Avon) terhadap kosmetika Avon yang mereka gunakan.

B. **Data Sekunder** adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer maupun pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel (Husein Umar, 1998:43). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari perusahaan berupa laporan-laporan, catatan dan keterangan lain sebagai pelengkap data.

3.4.3. Langkah –langkah Penelitian

Pertama, peneliti melakukan survai pendahuluan untuk memilih lokasi yang layak untuk diadakan suatu penelitian. Pembuatan kuesioner awal perlu ditunjang dengan mempelajari teori tentang faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetika agar diperoleh variabel –variabel yang berhubungan dengan masalah yang akan dianalisis lebih lanjut. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden terutama para wanita pengguna Avon. Setelah itu peneliti mencoba untuk mengevaluasi hasil uji coba kuesioner tersebut. Kemudian menyusun kembali kuesioner ke – 2 yang merupakan kuesioner final untuk mengambil data.

Skala yang digunakan peneliti untuk menentukan skor pada setiap items pernyataan adalah Skala Likert. Skala ini mudah dipakai baik untuk penelitian yang berfokus pada responden dan obyek. Jadi peneliti dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari satu orang ke orang lain dan respon yang berbeda antara berbagai obyek. Skala ini diperlakukan sebagai suatu skala Interval. (Donald R. Cooper, 1996: 195). Cara pengukurannya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pernyataan dan kemudian diminta memberikan jawaban :

- | | |
|---------------------|-----|
| Sangat Setuju | : 5 |
| Setuju | : 4 |
| Netral | : 3 |
| Tidak Setuju | : 2 |
| Sangat Tidak Setuju | : 1 |

Jenjang yang digunakan tergantung dari populasi penelitian. Pada penelitian ini, Skala Likert yang digunakan berjenjang 5 karena *range* yang cukup besar, informasi yang dikumpulkan akan lebih lengkap, selain itu memberikan kesempatan kepada responden agar tidak menjawab pernyataan terlalu ekstrim sehingga tidak terjadi bias.

Keseluruhan responden hasil dari kuesioner tersebut akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas supaya hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Apabila tidak valid / reliabel maka perlu dilakukan evaluasi kuesioner kembali dengan menghilangkan pernyataan yang tidak valid, sedangkan apabila valid

/ reliabel maka dapat dilakukan analisis data menggunakan Analisis Faktor menghasilkan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetika Avon.

Pada tahap akhir, peneliti mencoba mendeskripsikan setiap faktor berdasarkan analisis faktor serta mencoba memberikan saran kepada pihak Avon berdasarkan penemuan analisis faktor.

3.4.4. Pengujian Kuesioner

Awalnya pernyataan dalam kuesioner yang akan dianalisis menggunakan Analisis Faktor berjumlah 23, kemudian setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas didapat 19 pernyataan yang bisa dianalisis lebih lanjut.

1. Pengujian validitas kuesioner menggunakan *Product Moment*

Validitas adalah sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya (Singarimbun, 1995:137).

$$\text{Rumus : } r = \frac{N(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{(\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2})(\sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2})}$$

keterangan : r = koefisien korelasi *product moment*

x = nilai dari item

y = nilai dari total item

N = banyaknya item

Pengujian dinyatakan valid apabila angka korelasi yang diperoleh (r) positif dan lebih besar dari nilai kritis *product moment two tailed test* 5% dan jumlah responden (N of cases) sebanyak 100 responden maka didapat r tabel sebesar 0,195. (Lihat Lampiran 4)

- Bila r hitung $>$ r tabel maka dapat dikatakan item pernyataan adalah VALID.
- Bila r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan item pernyataan adalah TIDAK VALID.

Uji validitas menggunakan bantuan program komputer SPSS sebagaimana hasil perhitungan terlampir. (Lihat Lampiran 3).

2. Pengujian reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Teknik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas (konsistensi internal) adalah teknik koefisien korelasi *Alpha Cronbach* (Azwar, 1992:60).

$$\text{Rumus : } \alpha = \frac{k - r}{(k - 1)r}$$

Keterangan : r = rata – rata korelasi antar item

k = jumlah item

Koefisien memiliki nilai antara 0 dan 1, jika nilai koefisien mendekati angka 1 dapat dikatakan bahwa penelitian adalah ANDAL. Penelitian ini menghasilkan alpha sebesar 0,8543 sehingga dapat dikatakan Reliabel / ANDAL.

3.5. Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul, kemudian diolah untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengolahan data terdiri dari 2 (dua) macam analisis data :

3.5.1. Analisis Faktor

Peneliti seringkali mengalami kesulitan dalam analisis, karena variabel-nya tidak jelas dan luas sehingga untuk dapat memperjelas variabel data yang luas dan belum jelas tersebut (karena hanya berupa fenomena-fenomena) dapat direduksi ataupun dikelompokkan terlebih dahulu. Teknik reduksi data dapat menggunakan "ANALISIS FAKTOR".

Analisis ini dapat digunakan sebagai aplikasi, antara lain:

1. Identifikasi Faktor

Yaitu mengelompokkan sejumlah besar variabel ke dalam kelompok variabel homogen yang lebih sedikit dan membuat variabel baru (disebut faktor).

2. Menyaring Variabel

Terutama jika variabelnya banyak dan akan digunakan untuk analisis statistik misalnya analisis regresi atau analisis diskriminan. Variabel – variabel tersebut dapat diseleksi dulu (dipilih) yang potensial sebagai variabel prediktor. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya “kolinearitas”.

3. *Summary of Data*

Kemampuan Analisis Faktor yang ketiga adalah dalam hal meringkas data, yaitu mengekstraksi sejumlah kecil faktor (sebanyak yang diinginkan) dari sejumlah besar variabel.

4. *Sampling Variabel*

Analisis Faktor dapat digunakan untuk menseleksi kelompok yang ada (yang disajikan), tanpa mengkorelasikan variabel – variabel dalam jumlah besar.

5. *Clustering of objects*

Untuk mengidentifikasi kesamaan antar variabel, Analisis Faktor dapat digunakan untuk mengelompokkan orang (atau obyek yang lain). Dalam prosedur ini, sering dilihat sebagai *inverse factor analysis*, sebuah sampel dikelompokkan dalam grup yang homogen berdasarkan pada *inter – correlation* – nya.

Berdasarkan pada 5 (lima) kegunaan diatas, maka pada penelitian ini digunakan Analisis Faktor terutama untuk mencapai tujuan yaitu menemukan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetika Avon.

Analisis Faktor adalah analisis untuk menyederhanakan variabel – variabel kompleks dan saling berhubungan yang diamati menjadi faktor bersama yang pada awalnya tidak kelihatan jika variabel saling berhubungan. Analisis Faktor merupakan teknik pengurangan data, dimana analisis ini mengurangi kelebihan dari suatu variabel – variabel yang berhubungan dan mewakili variabel – variabel menjadi suatu bagian yang kecil.

Analisis Faktor merupakan suatu teknik yang memiliki kekuatan luar biasa dan serba guna. Pertama, pada saat yang bersamaan Analisis Faktor meringkas data dan mengidentifikasi hubungan sejumlah variabel. Kedua, Analisis Faktor merupakan fungsi dasar dari analisis statistik. Salah satu kegunaan yang paling penting dari Analisis Faktor adalah pengelompokan sejumlah besar variabel ke dalam sejumlah kecil dari sekumpulan yang homogen dan menciptakan suatu variabel yang mewakili setiap kumpulan tersebut.

Langkah –langkah dalam Analisis faktor adalah sebagai berikut:

I. INPUT DATA MATRIX

Langkah pertama adalah menyusun matriks data berdasarkan obyek dan variabel yang diperoleh dari hasil kuesioner. Matrix data yang dibuat merupakan *original data matrix*. (Lihat Lampiran 6).

II. MATRIKS KORELASI

Langkah kedua yang dilakukan adalah membuat matriks korelasi, menghubungkan tiap item variabel yang diperoleh. (Lihat Lampiran 7)

III. PENENTUAN KOMUNALITAS

Komunalitas adalah proporsi varians tiap variabel yang bersama – sama dengan semua variabel lainnya dalam analisis.

Penelitian ini menggunakan metode iterasi yang perhitungannya dapat dilakukan dengan memakai komputer. Metode perhitungan bobot faktor menggunakan “ Metode Faktor Utama “ (*Principal Factor Method*) dan perhitungannya menggunakan komputer program *Statistical Package for The Social Sciences for Windows (SPSS) Release 6.0*. (Lihat lampiran 7)

IV. ROTASI FAKTOR

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah “ Metode Varimax “ yaitu dengan cara merotasikan sumbu – sumbu faktor bersama untuk mendapatkan nilai dari bobot faktor kuadrat dari variabel yang paling tinggi. (Lihat Lampiran 7)

V. INTERPRETASI FAKTOR

Untuk menginterpretasikan faktor, langkah pertama yang dapat dilakukan adalah melihat bobot faktor terbesar pada masing – masing baris. Kedua, menetapkan bobot faktor yang secara statistik masih signifikan dan melingkarinya. Ketiga,

memberikan label pada faktor bersama yang mencerminkan gabungan arti dari variabel yang diamati dengan bobot faktornya signifikan pada faktor bersama yang bersangkutan.

Langkah – langkah perhitungan Analisis Faktor keseluruhannya hanya dapat dikerjakan dengan komputer program *SPSS Release 6.0* sebagai berikut:

1. Langkah pertama ini memakai metode *Principal Componen Analysis (PCA)* yang merupakan teknik pemisahan dari Analisis Faktor. Hasil perhitungan terbagi menjadi 2 (dua) bagian dimana pada tabel tahap pertama (*Initial Eigenvalues*) merupakan perincian setiap variabel (*component*) dan tabel tahap kedua (*Extraction Sum of Squared Loadings*) adalah perincian faktor, *eigenvalue* lebih dari 1, persentase varians setiap faktor, dan persentase kumulatif varians yang menjelaskan proporsi / sumbangan yang diberikan oleh faktor yang terbentuk terhadap penelitian ini.
2. Tahap ini dilakukan ekstraksi faktor atau pembobotan faktor – faktor. Nilai *eigenvalue* lebih dari satu sebagai syarat untuk menentukan jumlah faktor yang akan terbentuk.
3. Rotasi Faktor atau merotasikan sumbu – sumbu faktor bersama untuk mendapatkan nilai dari bobot faktor dari variabel yang paling tinggi.

4. Interpretasi Faktor

Untuk menginterpretasi faktor, yang dapat dilakukan adalah melihat bobot faktor terbesar pada masing – masing baris.

5. Untuk melihat faktor mana yang paling berperan dari beberapa variabel yang diamati dalam penelitian adalah dengan melihat persentase varians terbesar.

3.5.2. Analisis Deskriptif

Peneliti mendeskripsikan faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetika Avon, kemudian mendeskripsikan faktor – faktor lainnya.



Tabel 3.1

Hasil Pengujian Validitas Kuesioner

Keterangan	R hitung	R tabel	Valid/tidak valid
DSN 21	0,4537	0,195	VALID
HRG 10	0,3847	0,195	VALID
HRG12	0,4177	0,195	VALID
HRG 9	0,4805	0,195	VALID
MRK 13	0,5714	0,195	VALID
MRK 14	0,4559	0,195	VALID
MRK 15	0,3825	0,195	VALID
MRK 16	0,2959	0,195	VALID
PRM 17	0,6455	0,195	VALID
PRM18	0,5554	0,195	VALID
PRM19	0,6354	0,195	VALID
PRM20	0,3163	0,195	VALID
PROD1	0,4047	0,195	VALID
PROD2	0,4951	0,195	VALID
PRDO3	0,4337	0,195	VALID
PROD4	0,4181	0,195	VALID
PROD5	0,3641	0,195	VALID
PROD6	0,4563	0,195	VALID
PROD7	0,4074	0,195	VALID

Sumber : *Print out SPSS 6.0*