

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian yang di bahas dalam penelitian ini meliputi dua variabel yaitu :

Variabel bebas	= Atribut produk
Variabel tergantung	= Keputusan membeli
Variabel Kontrol	= Mahasiswa wanita yang berusia 18-24 tahun sebagai pengguna kosmetik <i>oriflame</i>

B. Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Definisi oprasional adalah uraian sistematis tentang teori (dan bukan sekedar pendapat pakar atau penulis buku) dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Defenisi oprasional paling tidak berisi tentang penjelasan tentang variabel-variabel yang diteliti, melalui pendefinisian, dan uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai referensi, sehingga ruang lingkup, kedudukan dan prediksi terhadap hubungan antar variabel yang akan diteliti menjadi lebih jelas dan terarah (Sugiyono, 2013). Untuk menghindari salah pengertian dan penafsiran yang berbeda di dalam penelitian ini, untuk itu dikemukakan defenisi oprasional sebagai berikut :

1. Keputusan membeli

Keputusan membeli merupakan sikap seseorang dalam memutuskan membeli barang sesuai dengan kebutuhannya.

Keputusan membeli akan diukur dengan menggunakan skala keputusan membeli berdasarkan aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan membeli yaitu : pertimbangan produk, pertimbangan harga, pertimbangan lokasi, dan pertimbangan pelayanan.

2. Atribut produk

Atribut produk merupakan persepsi seseorang terhadap suatu barang yang akan dibeli. Atribut produk akan diukur melalui skala yang disusun berdasarkan penjelasan beberapa teori mengenai atribut produk, komponen atribut produk terdiri dari merek, harga, kualitas, desain, kemasan dan label.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa wanita Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang memakai kosmetik *oriflame* sebanyak 67 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008) Berdasarkan jumlah populasi mahasiswa

yang memakai kosmetik *oriflame* sebanyak 67 orang, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 orang.

3. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subjek berdasarkan kriteria atau ciri-ciri yang telah ditentukan. Teknik yang dipakai menggunakan *Total sampling* yaitu sampel diambil dari seluruh jumlah populasi. Ciri-ciri sampel dalam penelitian ini :

- a. Memakai *make-up* oriflame yaitu bedak, *foundation*, pensil alis, *eye shadow*, *eyeliner*, *mascara*, *blush-on*, lipstik atau *lip-gloss*
- b. Sudah melakukan 5x pemakaian *make-up* oriflame

D. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2008). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Skala merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2008). Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur tersebut

dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Semantic Defferensial* yang digunakan untuk mengukur atribut produk dan skala *Liker* yang digunakan untuk mengukur keputusan membeli.

1. Skala Keputusan Membeli

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan Skala *Likert* dengan penilaian diberikan pada masing-masing jawaban *favorable* (yang mendukung), terdiri dari 4 jawaban yaitu : „SS (Sangat setuju)” diberi nilai 4, jawaban “S (Setuju)” diberi nilai 3, jawaban “TS (Tidak Setuju)” diberi nilai 2 dan jawaban “STS (Sangat Tidak Setuju)” diberi nilai 1. Sedangkan untuk item *Unfovarable* (Tidak Mendukung), maka penilaian yang diberikan untuk jawaban yang terdiri dari 4 jawaban yaitu : ”SS (Sangat Setuju)” diberi nilai 1, jawaban “S (Setuju)” diberi nilai 2, jawaban “TS (Tidak Setuju)” diberi nilai 3, jawaban STS (Sangat Tidak Setuju (Sangat Tidak Setuju)” diberri nilai 4.

2. Skala Atribut produk

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Semantic Defferensial* dan *Skala Likert*. *Semantic Defferensial* digunakan dalam mengukur atribut produk, sedangkan *Skala Likert* digunakan untuk mengukur keputusan membeli. *Semantic Defferensial* ini disusun dalam satu garis kontinum yang terdiri dari angka 5 sampai 1. Jawaban dengan

angka 5 berarti sangat positif, sedangkan jawaban pada angka 3 berarti netral dan jawaban dengan angka 1 berarti sangat negatif.

E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Suatu alat ukur diharapkan dapat membeikan informasi sesuai yang diinginkan, oleh karena itu harus memenuhi persyaratan tertentu, terutama syarat validitas dan reliabilitas alat ukur. Sebagaimana akan diuraikan di bawah.

1. Validitas

Data yang baik adalah data yang sesuai dengan kenyataan sebenarnya, dan data tersebut bersifat tetap atau dapat dipercaya. Data yang sesuai dengan keadaan sebenarnya disebut data valid. Data yang dapat dipercaya disebut data yang reliabel. Agar dapat diperoleh data yang valid dan reliabel, maka instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur objek yang akan dinilai harus memiliki bukti validitas dan reliabilitas (Widoyoko dalam Utami, 2013)

Suatu butir instrumen dikatakan valid apabila memiliki sumbangan yang besar terhadap skor total. Dengan kata lain dikatakan mempunyai validitas yang tinggi jika skor pada butir mempunyai kesejajaran dengan skor total. Kesejajaran ini dapat diartikan dengan korelasi, sehingga untuk mengetahui validitas butir digunakan rumus korelasi *product moment* (Widoyoko dalam Utami, 2013)

$$r_{xy} = \frac{N(\sum Xy) - (\sum X \sum y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= Koefisien korelasi butir dengan skor total
$\sum X$	= jumlah skor variabel X
$\sum Y$	= jumlah skor variabel Y
N	= jumlah individu dalam sampel

Adapun alasan peneliti menggunakan tehnik korelasi *product moment* dalam menguji validitas butir yang digunakan adalah karena peneliti ingin melihat korelasi antara dua variabel. Untuk melihat koefisien internal item dapat ditempuh dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor yang diuji dengan skor total tesnya.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun dalam Utami, 2013). Dalam penelitian ini uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan tehnik formula *Alpha Cronbach*

$$r = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r	= koefisien reliabilitas instrumen (<i>Cronbach's Alpha</i>)
N	= banyaknya pertanyaan
$\sum \sigma b^2$	= total varians pertanyaan
t	= total varians

Tehnik pengumpulan *Alpha Cronbach*, dimana butir pertanyaan dianggap reliabel jika koefisien r angka berada dalam rentang 0 sampai

dengan 1,00. Semakin tinggi koefisiensi reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya, jika koefisien reliabilitas mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitas (Azwar dalam Utami, 2013)

F. Analisis Data

Setelah data diperoleh maka tahap selanjutnya adalah menganalisis data. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari Pearson. Korelasi *product moment* yaitu teknik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel penelitian yang meliputi variabel bebas dan variabel terikat.

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, sebelumnya dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis *product moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu :

- a. Uji Normalitas, yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variable telah menyebar secara normal.
- b. Uji Linearitas, yaitu untuk mengetahui apakah variable terikat memiliki hubungan yang linier dengan variable bebasnya.

Semua data penelitian dilakukan dengan sistem komputerisasi dengan menggunakan program statistik paket SPSS version 17.0 for Windows.