

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif yang tujuannya adalah memaparkan suatu fenomena serta memeriksa apakah teori yang melandasinya masih berlaku atau tidak. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2007: 4). Penelitian deskriptif dianggap lebih relevan karena teori-teori, konsep dan data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan yang pada akhirnya dapat menggambarkan atau mengungkapkan suatu kebenaran.

B. Definisi Konseptual

Definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk.

2. Harga adalah nilai suatu produk atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk atau jasa berikut pelayanannya
3. Kemasan adalah merupakan wadah atau tempat yang dijadikan pembungkus dari suatu produk.
4. Kualitas merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, meliputi *performance* (aspek fungsional barang), estetika (*aesthetics*), *durability* (daya tahan), dapat dipercayainya produk tersebut serta ketepatan (*precision*).

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur (Singarimbun dan Efendi, 2000: 23). Untuk melihat operasional suatu variabel, maka variabel tersebut harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud. Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Satuan Pengukuran	Ukuran Skala
Harga Produk (X1)	nilai suatu produk atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan kombinasi dari produk atau jasa pelayanannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga pemutih wajah Pond's yaitu harga jual Pond's dengan kisaran Rp.10.000 sampai dengan Rp.100.000 2. Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu penilaian konsumen mengenai kesesuaian harga dengan kegunaan produk 	Tingkat kesetujuan konsumen pemutih wajah Pond's terhadap indikator harga produk yang ditawarkan oleh Pond's	Interval

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Harga pesaing yaitu menilai bagaimana strategi harga yang diterapkan Pond's 4. Kesesuaian harga dengan kualitas yaitu penilaian konsumen mengenai kesesuaian harga dengan kualitas / mutu produk 		
Kemasan Produk (X2)	merupakan wadah atau tempat yang dijadikan pembungkus dari suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk kemasan yaitu bentuk fisik dari kemasan 2. Warna kemasan yaitu kombinasi warna yang diterapkan pada kemasan 3. Segel kemasan yaitu plastik pembungkus kemasan 4. Desain kemasan yaitu desain kemasan secara keseluruhan 5. Citra/kesan kemasan yaitu penilaian konsumen mengenai keunikan (hanya satu-satunya) 	Tingkat kesetujuan konsumen pemutih wajah Pond's terhadap indikator kemasan produk yang ditawarkan oleh Pond's	Interval
Kualitas Produk (X3)	merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, meliputi aspek fungsional produk, estetika, daya tahan, dapat dipercayainya produk tersebut serta ketepatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi utama (<i>performance</i>) yaitu kemampuan Pond's mencerahkan kulit wajah 2. Estetika (<i>aesthetics</i>) yaitu penampilan produk dilihat dari bau/aroma 3. Daya tahan (<i>durability</i>) yaitu berapa lama produk dapat digunakan dengan kisaran waktu 6-12 jam 4. Dapat dipercaya yaitu kepercayaan konsumen mengenai fungsi produk 5. Ketepatan (<i>precision</i>) yaitu kesesuaian fungsi produk dengan harapan 	Tingkat kesetujuan konsumen pemutih wajah Pond's terhadap indikator kualitas produk yang ditawarkan oleh Pond's	Interval

		konsumen		
--	--	----------	--	--

D. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2007: 72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel menurut Nawawi (2001: 144), diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yaitu mahasiswi yang telah menggunakan pemutih wajah Pond's yang ada di Universitas Lampung. Pemilihan responden pada mahasiswi diharapkan dapat memberikan gambaran tentang penilaian yang lebih spesifik terhadap produk kosmetik pemutih wajah serta pengetahuan mereka tentang produk kosmetik wajah secara lengkap. Besar populasi tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Oleh karena itu, sulit mencari berapa jumlah populasi yang tepat. Namun, Supranto (1997: 239), menyatakan bahwa sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal 30 elemen atau responden.

Pada penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebesar 80 orang sampel responden dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal dalam penelitian ($n = 30$) dengan rincian setiap Fakultas diambil 10 responden. serta pertimbangan terbatasnya waktu, dana dan tenaga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

purposive sampling. Teknik *purposive sampling* yaitu memilih sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu. Kriteria ini diterapkan pada:

1. Mahasiswi UNILA yang masih aktif yaitu angkatan 2006-2009.
2. Menggunakan pemutih wajah Pond's secara terus-menerus sampai saat ini atau minimal 3 bulan terakhir dengan pertimbangan pengetahuan responden mengenai produk lebih lengkap.
3. Menggunakan produk Pond's kategori pemutih kulit wajah/pelembab white beauty dan flawless white.

Pada saat turun lapangan guna mencari dan menemui responden sebagai sampel penelitian, peneliti terlibat langsung menjaring dan menyebarkan kuesioner penelitian. Responden yang dapat menjadi sampel penelitian harus memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti mengunjungi fakultas-fakultas yang ada di Universitas Lampung. Untuk lebih memudahkan peneliti dalam menjaring responden, peneliti menunjuk beberapa orang yang peneliti anggap berkompeten untuk membantu penyebaran kuesioner penelitian. Peneliti mengunjungi tempat-tempat yang biasanya ramai digunakan mahasiswi untuk berkumpul dan istirahat antara lain kantin, perpustakaan dan mushola. Responden yang peneliti temui rata-rata memberikan respon yang baik serta cukup kooperatif saat diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Sehingga peneliti tidak mengalami kesulitan yang berarti, hanya saja pada Fakultas Teknik sedikit membutuhkan waktu yang lebih banyak disebabkan oleh mahasiswi di fakultas ini tergolong minim karena mayoritas mahasiswanya laki-laki.

E. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah atribut produk

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Lampung yang telah menggunakan pemutih wajah Pond's.

F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dilapangan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, mengenai analisis faktor atribut produk pada konsumen pemutih wajah Pond's di Universitas Lampung.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau penunjang seperti buku dan internet.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yaitu pengambilan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Daftar pertanyaan bersifat tertutup dengan

memberikan alternatif jawaban dengan maksud mempermudah dalam melakukan analisis. Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi kelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap jawaban dalam penelitian ini akan diberikan penentuan skor sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Untuk jawaban setuju diberi skor 4
- c. Untuk jawaban ragu-ragu diberi skor 3
- d. Untuk jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e. Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

H. Teknik Pengujian Instrumen

1. Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Validitas menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur tingkat validitas pada penelitian ini, digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{XY} = Nilai korelasi (keeratan hubungan)

n = Banyaknya jumlah sampel yang diteliti.

X = Skor pertanyaan

Y = Jumlah skor dari x

Sumber : Sugiyono, (2007: 182)

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka kuesioner valid
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka kuesioner tidak valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Harga Produk	X1.1	0,623	0,220	Valid
	X1.2	0,500	0,220	Valid
	X1.3	0,589	0,220	Valid
	X1.4	0,741	0,220	Valid
Kemasan Produk	X2.1	0,460	0,220	Valid
	X2.2	0,421	0,220	Valid
	X2.3	0,558	0,220	Valid
	X2.4	0,679	0,220	Valid
	X2.5	0,604	0,220	Valid
Kualitas Produk	X3.1	0,573	0,220	Valid
	X3.2	0,604	0,220	Valid
	X3.3	0,653	0,220	Valid
	X3.4	0,536	0,220	Valid
	X3.5	0,536	0,220	Valid

Sumber: Lampiran 3

2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik Alpha Crombat dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum r_s^2}{r_t^2}$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya jumlah pertanyaan

$\sum r_s^2$ = Jumlah varian pertanyaan

r_t^2 = Varians total

Rumus Varians yang digunakan :

$$r_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Di mana:

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau tidak reliabel. Nilai interpretasi reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Interpretasi Nilai Kereliabelan

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,801 – 1,00	Sangat kuat
Antara 0,601 – 0,800	Kuat
Antara 0,401 – 0,600	Sedang
Antara 0,201 – 0,400	Rendah
Antara 0,000 – 0,200	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono, (2007: 183)

Suatu instrument dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,6. Keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
X1	0,747	Reliabel
X2	0,753	Reliabel
X3	0,828	Sangat Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa instrument penelitian yang digunakan reliabel, karena termasuk dalam interval nilai antara 0,600 sampai dengan 1,00 atau dengan kata lain instrument penelitian dapat dipercaya atau dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian ini.

I. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Editing

Yaitu memeriksa ulang data yang diperoleh dari lapangan untuk mengetahui lengkap tidaknya data, dengan demikian data yang diperoleh tidak terdapat kesalahan.

2. Koding

Yaitu membuat kategori-kategori tertentu dari data yang diperoleh dari lapangan.

3. Tabulasi

Yaitu memasukkan data kedalam tabel tunggal sehingga mudah dibaca. Hasil dari tahap koding berupa kategori-kategori data dari responden dimasukkan dalam bentuk tabel yang sesuai.

J. Teknik Analisis Data

Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan cara yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel dasar atau faktor yang menerangkan pola hubungan dalam suatu himpunan variabel observasi. Menurut Kinear dan Taylor (199: 606), analisis factor adalah *a procedure that takes a large number of variables or objects and searches to see whether they have a small number of factors in common which account for their intercorrelation*. Artinya analisis faktor adalah sebuah prosedur yang menggunakan angka terbesar dari variabel atau objek dan meneliti untuk melihat faktor yang memiliki angka yang kecil secara bersamaan sebagai catatan korelasi atau hubungan antara variabel. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori. Analisis ini bertujuan untuk mengadakan konfirmasi berdasarkan teori dan konsep yang sudah ada sehingga dapat diketahui keakuratan instrumen yang dibuat. Analisis ini menggunakan program SPSS 16.0.

Prinsip dasar dari analisis faktor adalah mengekstrasi sejumlah faktor bersama (*common factors*) dari gugusan variabel asal X_1, X_2, \dots, X_p , sehingga banyaknya faktor lebih sedikit dibandingkan dengan banyaknya variabel asal X dan sebagian informasi (ragam) variabel asal X tersimpan dalam sejumlah faktor. Sedangkan

salah satu tujuan dari analisis faktor adalah mereduksi jumlah variabel dengan cara mirip seperti pengelompokan variabel. Dalam analisis ini, variabel-variabel dikelompokkan berdasarkan korelasinya. Dimana variabel yang berkorelasi tinggi akan berada dalam kelompok tertentu membentuk suatu faktor, sedangkan dengan variabel dalam kelompok (faktor) lain mempunyai korelasi yang relatif kecil (Solimun, 200: 24).

Analisis faktor dapat dirumuskan dalam model matematis sebagai berikut:

$$X_1 = C_{11}F_1 + C_{12}F_2 + \dots + C_{1p}F_p + \epsilon_1$$

$$X_2 = C_{21}F_1 + C_{22}F_2 + \dots + C_{2p}F_p + \epsilon_2$$

•

•

$$X_p = C_{p1}F_1 + C_{p2}F_2 + \dots + C_{p1}F_1 + \epsilon_p$$

Keterangan :

X_j = variabel

F_j = faktor persamaan ke j

C_{ij} = bobot loading dari variabel ke i pada faktor ke j yang menunjukkan pentingnya faktor ke j dalam komposisi dari variabel ke i

ϵ_p = galat eror faktor spesifik

Untuk menentukan suatu kelompok variabel layak atau tidak layak sebagai faktor akan digunakan *Eigen Value*, yaitu jika nilai *eigen value* tersebut lebih besar atau sama dengan satu (1) maka dinyatakan layak atau dapat diterima (Santoso dan

Tjiptono, 2002: 121). Sedangkan untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing faktor akan dilihat dari total varian masing-masing faktor. Kemudian untuk melihat peranan masing-masing variabel dalam suatu faktor dilihat dari besarnya loading variabel bersangkutan, dimana loading terbesar mempunyai peranan utama. Untuk menentukan faktor minimum guna mencapai varian maksimum digunakan *principle component analysis*. Bila terdapat loading yang berbeda maka hipotesis dapat diterima.

Pada dasarnya analisis faktor dilaksanakan melalui tiga langkah utama sebagai berikut :

a. Matrik Korelasi

Data yang telah terkumpul akan diproses dalam komputer dan akan menghasilkan matrik korelasi. Berdasarkan korelasi dapat diidentifikasi variabel-variabel tertentu yang hampir tidak memiliki korelasi lain, sehingga dapat dikeluarkan analisis lebih lanjut.

b. Ekstraksi Faktor

Setelah variabel disusun kembali berdasarkan korelasi hasil langkah pertama, maka program komputer akan menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk menentukan jumlah faktor yang dapat diterima atau layak, secara empirik data dapat dilihat pada *eigen value* suatu faktor yang besarnya lebih atau sama dengan 1 (1).

c. Rotasi

Hasil ekstraksi faktor yang sering kali masih sulit untuk menentukan pola atau pengelompokan variabel-variabel secara bermakna, dengan rotasi dapat diidentifikasi dengan memilih nilai loading lebih besar.

Statistik yang terkait dengan analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. *Barlet test of sphericity* merupakan *test statistic* yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa antar variabel tidak berkorelasi.
2. *Correlation matrik F* merupakan korelasi antar semua variabel yang diteliti dan elemen diagonal dihilangkan.
3. *Communality* yaitu jumlah *variance* yang dimiliki semua variabel yang dianalisis atau yang dapat dikatakan sebagai proporsi *variance* yang dapat dijelaskan oleh faktor umum.
4. *Eigen Value* yaitu nilai yang mewakili total *variance* yang dijelaskan oleh setiap faktor.
5. *Factor loading plot* yaitu titik potong dari variabel-variabel asli yang menggunakan faktor *loading* sebagai koordinat.
6. *Faktor matrik F* memuat faktor-faktor *loading* dari seluruh variabel pada faktor-faktor yang telah terpilih.
7. *Factor score* merupakan estimasi nilai skor bagi setiap responden dari suatu faktor.
8. *Kaiser-Meyer-Olkin-measure of sampling adequacy*. Indeks yang digunakan untuk menguji ketepatan analisis faktor. Nilai yang tinggi (0,5 - 1,0) menunjukkan bahwa analisis tersebut tepat dan tidak tepat bila di bawah 0,5.