III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dimana suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Menurut Sukmadinata, N. S, (2011), penelitian deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah atau rekayasa manusia.

Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau karakteristik individual, situasi atau kelompok tertentu secara akurat. Penelitian deskriptif merupakan cara untuk menemukan makna baru, menjelaskan sebuah kondisi keberadaan, menentukan frekuensi kemunculan sesuatu dan mengkategorikan informasi.

Penelitian deskriptif dilakukan dengan memusatkan perhatian kepada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan hubungan antar berbagai variabel. Setiap metode penelitian yang digunakan dalam penelitian memiliki desain atau rancangan. Rancangan digunakan sebagai pedoman yang dapat ditempuh oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Sebuah rancangan penelitian meliputi proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

3.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoprasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun dan Efendi, 1995). Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah :

1. *Perceived value*

   perceived value pelanggan merupakan penilaian pelanggan yang dilakukan dengan cara membandingkan antara manfaat yang akan diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh sebuah produk/jasa. (Zeithaml, 1988).

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah bagaimana suatu variabel diukur dengan definisi operasional dalam suatu penelitian, maka kita akan mengetahui baik buruknya variabel tersebut, menurut Singarimbun dan Efendi, (1995). Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan olehpeneliti dalam mengoprasionalkan *construct,* sehingga memngkinkan peneliti lain dapat melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Definisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Nilai fungsional (kinerja/kualitas) (X_1)	Utilitas yang diperoleh dari persepsi terhadap kualitas dan kinerja yang diharapkan atas produk *skin care*.	1. Produk *skin care* diproduksi dengan kualitas baik 2. Produk *skin care* memiliki kualitas kemasan yang dapat diterima 3. Produk *skin care* memiliki fungsi sesuai kebuthan	Skala Likert
Nilai emosional (X_2)	Utilitas yang berasal dari perasaan atau afektif / emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi produk *skin care*.	1. Produk *skin care* membuat saya ingin mnggunakannya 2. Produk *skin care* membuat saya merasa nyaman dalam menggunakannya 3. Produk *skin care* akan membuat saya merasa lebih percaya diri 4. Produk *skin care* akan memberikan kepuasan tersendiri	Skala Likert
Nilai fungsional (harga/*value for money)* (X_3)	Utilitas yang didapatkan dari produk *skin care* dikarenakan reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.	1. Harga produk *skin care* masuk akal 2. Produk *skin care* menawarkan value for money 3. Produk *skin care* sesuai dengan	Skala Likert

		harganya 4. Produk *skin care* akan ekonomis	
Nilai sosial (X_4)	Nilai yang didapat dari kemampuan produk *skin care* untuk peningkatan pengakuan diri/ konsep diri – sosial konsumen dimata masyarakat.	1. Produk *skin care* dapat meningkatkan persepsi orang lain terhadap saya. 2. Produk *skin care* memberikan kesan bagus untuk orang lain 3. Produk *skin care* akan memberikan penggunanya pengakuan sosial 4. Produk skin care akan membantu saya merasa diterima	Skala Likert

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran ialah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2008). Data yang dihasilkan dari penyebaran bersekala interval, sehubungan dengan kuesionare yang disebar pada penelitian ini menggunakan skala likert. Dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008). Skala likert yaitu skala yang dirancang untuk

memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan diukur. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert sendiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikut gambaran skala likert yang diberi bobot nilai :

Tabel 3.2
Skala Likert

Alternatif Jawaban Responden alternatif jawaban	Nilai Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi mengarah pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus (Ferdinand,2006). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen pria yang menggunakan produk skin care di Kota Bandar Lampung. Karena anggota populasi tidak terbatas, maka dilakukan penentuan sampel

3.5.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono, (2008). Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti. Sampel ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karna itu dibentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Menurut Roscoe dalam Sugiyono, (2008) memberikan pedoman penentuan ukuran sampel penelitian, yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 responden sampai dengan 500 responden. Berdasarkan pendapat Roscoe tersebut, jumlah sampel yang dianalisis dalam penelitian ini minimal memenuhi pedoman penentuan sampel, yaitu 100 orang yang menjadi responden, sehingga jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 responden konsumen pria di Bandar Lampung

Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Menurut Sugiyono (2008) bahwa non probability sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota atau populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2008) bahwa teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini paling cocok digunakan untuk penelitian kualitatif yang tidak melakukan generalisasi.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh mengenai objek dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Reaserch*), terdiri dari :
   - Questionnaire (*Kuesioner*)

     Merupakan daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaanyang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang digunakan melalui telpon,surat,atau bertatap muka. Teknik pengumpulan data primer ini yang dilakukan melalaui penyebaran kuesioner kepada sejumlah sample responden yang dianggap dapat mewakili seluruh seluruh populasi yang akan diteliti berdasarkan metode statistik tertentu.

2. Penelitian Kepustakaan

   Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengumpulan bahan-bahan melalui buku-buku bacaan dan catatan kuliah,literatur lainnya yang mana berhubungan dengan masalah atau topik yang diangkat pada penulisan ini, yang bertujuan untuk membangun landasan teori yang kuat untuk mendukung penelitian ini.

3.7 Jenis dan Sumber Data

Dari jawaban kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden mengenai keterangan-keterangan secara tertulis menyangkut persepsi nilai konsumen pria dalam pembelian produk skin care di Bandar Lampung. Maka jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, dan untuk menunjang pembahasan pada

penelitian ini maka sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang bersumber dari obyek yang diamati, dalam hal ini adalah responden yang diberikan kuesioner.

3.8 Rancangan Analisis

3.8.1 Metode Analisis

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu supaya dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuannya yaitu dimana analisis data dapat meninterpretasikan dan menarik kesimpulan data yang telah terkumpul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan

- Analisis Deskriptif adalah suatu analisis yang menguraikan tanggapan responden mengenai persepsi nilai konsumen pria dalam pembelian produk skin care di Bandar Lampung dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

- Analisis Kuantitatif dimana analisis kuantitatif selalu berhubungan dengan angka, baik angka yang diperoleh dari pencacahan maupun perhitungan, data yang sudah diolah di sajakikan lebih baik agar mudah dimengerti

3.8.2 Uji Instrumen

1.Uji Validitas

Untuk mengungkapkan kemampuan suatu instrumen dalam mengukur kebenaran hasil penelitian secara cermat dan tepat serta sekaligus membuktikan bahwa suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner valid digunakan dalam penelitian maka dilakukan uji validitas. Suatu instrumen atau tes pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya, atau dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. (Singarimbun, 1995).

Suatu instrument tes yang diuji dikatakan valid yaitu jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh ≥ koefisien di tabel nilai-nilai kritis r yaitu pada taraf signifikansi $\alpha = 0{,}05$ atau 5% (Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan, Marzuki, 2000).

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor totalnya, menggunakan rumus teknik korelasi "*Product Momen*". Persamaan matematisnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir/item

N = jumlah subyek

X = skor suatu butir/item

Y = skor total

Angka korelasi yang diperoleh nantinya dibandingkan dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai r, dengan derajat kebebasan (df) = N-2. Angka korelasi yang berada diatas angka kritis menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner adalah signifikan. Sampel uji pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 30 responden, hal ini didasarkan atas minimum jumlah sampel 30 yang dapat didekati distribusi normal (Singarimbun, 1995). Perhitungan uji validasi alat ukur dalam penelitian.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Sign	Keterangan
Nilai Fungsional (Kinerja/Kualitas)	Item 1	0,813	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 2	0,815	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 3	0,460	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 4	0,678	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 5	0,492	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Nilai Emosional	Item 1	0,530	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 2	0,492	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 3	0,712	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 4	0,626	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 5	0,656	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Nilai Fungsional (*Value for Money*)	Item 1	0,736	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 2	0,792	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 3	0,683	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 4	0,790	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
Nilai Sosial	Item 1	0,720	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 2	0,715	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 3	0,851	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid
	Item 4	0,778	0,273	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,000	Valid

Tabel diatas merupakan hasil pengujian validitas dengan menggunakan program *SPSS 18*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 50 responden yang telah dilakukan.

2.Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kestabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya (reliabel). Rumus *Croanbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2}\right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir/item

V_t^2 = varian total

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan atau deviasi yang mungkin disebabkan adanya berbagai faktor acak (*random factors*) dalam proses pengukuran (Supranto, 2001). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perkiraan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bagaimana tingginya butir-butir dalam kuesioner berkorelasi atau berinteraksi. Bila suatu alat ukur diuji berulang kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut dikatakan reliabel.

Adapun indikator yang digunakan dalam menentukan besarnya nilai reliabilitas yaitu digambarkan tabel dibawah ini :

Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Penentu

Interval Koefisien	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : Supranto (2001)

Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan program *SPSS*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 50 responden yang telah dilakukan.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
X_1	0,765	Reliabel
X_2	0,737	Reliabel
X_3	0,797	Reliabel
X_4	0,804	Sangat Reliabel

Sumber : Data Diolah 2014

Hasil dinyatakan reliabel jika nilai koefisien Alpha Cronbach (α) yang diperoleh ≥ dari 0,60. Dalam hal ini instrumen yang sedang di uji cobakan dapat dinyatakan reliabel, artinya sebagai sebuah alat pengukuran, instrumen tersebut dapat mengukur secara konsisten. (Arikunto, Suharsimi 2006).

3.8.3 Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Data-data statistik, yang bisa diperoleh hasil sensus,survei, jajak pendapat atau pengamatan lainnya umumnya masih bersifat acak, "mentah" dan tidak terorganisir dengan baik (*raw data*). Data dianalisis dengan statistik deskriptif dengan dibantu program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Penelitian ini menggunakan olah data statistik deskriptif. Analisis data deskriptif bertujuan untuk menjelaskan data mengenai karakteristik responden dan distribusi frekuensi kecenderungan jawaban responden.

A. Distribusi Frekuensi

adalah pengelompokkan data ke dalam beberapa kategori yang menunjukkan banyaknya data dalam setiap kategori, dan setiap data tidak dapat dimasukkan ke dalam dua atau lebih kategori. Distribusi frekuensi adalah susunan data dalam bentuk tunggal atau kelompok menurut kelas-kelas tertentu dalam sebuah daftar.

Rumus:

1. Untuk mencari range (selisih)

   Range (R) = Data terbesar – data terkecil

2. Untuk menentukan jumlah kelompok

   $K = 1 + 3{,}3 \cdot \log n$

Keterangan n : adalah jumlah sampel
K : adalah jumlah kelompok

3. Untuk mencari rentangan (interval)

K= Range : Jumlah kelompok

B. Rata-Rata

Statistik inin digunakan untuk menggabarkan rata-rata nilai dari sebuah variabel yang diteliti pada sekelompok responden tertentu. Rata- rata hitung ini yaitu untuk data kuantitatif dimana dihitung dengan jalan membagi jumlah nilai dataoelh banyak data,(Yusri, 2009).

Rata-rata hitung dapat dihitung dengan rumus sederhana

$$\overline{X} = \frac{\Sigma X}{n}$$

Atau dengan rumus :

$$\overline{X} = \frac{\Sigma fX}{n}$$

Keterangan :

X = Menyatakan data pengamatan

f = Menyatakan frekuensi untuk nilai X

n = Banyak data

2. Analisis Faktor

Pada penelitian ini menggunakan analisis faktor dimana bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang membentuk konsumen pria dalam membeli produk skin care di Bandar Lampung. Analisis faktor adalah analisis yang

bertujuan mencari faktor-faktor utama yang paling mempengaruhi variabel dependen dari serangkaian uji yang dilakukan atas serangkaian variabel independen sebagai faktornya. Sejumlah asumsi harus dipenuhi untuk analisis faktor (Baroroh 2013) :

1. Korelasi antar variabel independen. Besar korelasi atau korelasi antar independen variabel harus cukup kuat misalnya diatas 0,5
2. Korelasi parsial. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap teteap variabel yang lain, justru harus kecil. Pada *SPSS* deteksi terhadap korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti-Image Corelation*.
3. Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel), yang diukur dengan bersama Bartleet Test of Sphericity atau Measure Sampling Adequacy (MSA). Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan diantara paling sedikit bebrapa variabel.
4. Pada beberapa kasus, asumsi Normalitas dari variabel-variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi. Korelasi anatar variabel independen, dalam analisis faktor, harus > 0,5 dengan signifikansi <0,05. Secara matematis analisis faktor menyerupai regresi ganda, dimana setiap variabel dipresentasikan sebagai kombinasi linier dari faktor-faktor yang diperoleh dari hasil pengolahan data.