

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif, jenis penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat (kuantitatif/statistik). Metode yang digunakan yaitu deskriptif, penelitian ini akan menganalisis sikap konsumen terhadap kosmetik lokal dan impor .

#### **3.2 Sumber Data**

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah : Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau kuisisioner yang diperoleh dari responden yaitu konsumen kosmetik lokal dan impor. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responde.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara : Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden atau konsumen kosmetik lokal dan impor. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Interval Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

SS	Sanga Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen perempuan yang menggunakan kosmetik lokal dan impor di Bandar Lampung berjumlah 531.586 (<https://bandarlampungkota.bps.go.id/>)

#### 3.4.2 Sampel

Sample adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sample diambil dari populasi yaitu sebagian nsumen perempuan yang menggunakan kosmetik lokal dan impor di Bandar Lampung. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nonprobability sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Berusia minimal 17 tahun
- b. Berjenis kelamin perempuan
- c. Pernah membeli kosmetik lokal dan impor

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk atau jasa halal yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pada penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batasan kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sample adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} &= \frac{531586}{1 + (531586).(0,10)^2} \\ &= \frac{531.586}{5316,86} \\ &= 99,8 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden} \end{aligned}$$

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah Sikap Konsumen

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Sikap	Syarif (2019) menyatakan bahwa Sikap adalah ekspresi perasaan, yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap obyek.	Sikap konsumen terbentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen pada suatu produk atau obyek tertentu. Terbentuknya sikap konsumen akan membentuk niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, dengan adanya niat tersebut akan mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumen.	1. Afektif 2. Kognitif 3. Behavioral Menurut Setiawan (2014)	Interval

*Sumber : Data Diolah, tahun 2020*

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.36), Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi product moment melalui program SPSS. Pada pengujian validitas ini menggunakan sample sebanyak 30 yang dianggap dapat menjadi acuan apakah data tersebut valid atau tidak.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.54) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Nilai r**

<b>Nilai Korelasi</b>	<b>Keterangan</b>
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan Multiatribut Model Fishbein untuk melihat konsistensi sikap konsumen terhadap kosmetik local dan impor. Model formulasi *fishbein* digambarkan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

Keterangan :

$A_o$  : Sikap total individu terhadap suatu objek tersebut

$b_i$  : Kekuatan kepercayaan konsumen bahwa objek tersebut memiliki atribut

$e_i$  : Evaluasi terhadap atribut

$n$  : jumlah kriteria atribut yang relevan

Pengukuran selanjutnya akan dikembangkan adalah pengukuran  $b_i$  dan  $e_i$  yang tepat. Komponen  $(e_i)$  yang menggambarkan evaluasi sikap konsumen terhadap kosmetik lokal dan impor. Komponen  $(b_i)$  menggambarkan tentang keyakinan konsumen terhadap kosmetik lokal dan impor. Mencari gambaran diskusi frekuensi konsumen terhadap kosmetik lokal dan impor dengan menggunakan rumus persentase sebagai berikut :

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

$p$  : persentase

$f$  : frekuensi jumlah

$n$  : jumlah sampel

Sikap konsumen ( $A_o$ ) terhadap produk dengan membandingkannya menggunakan skala interval, rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

$m$  = Skor tertinggi yang mungkin terjadi

$n$  = Skor terendah yang mungkin terjadi

$b$  = Jumlah skala penilaian yang terbentuk

Besarnya range untuk tingkat keyakinan (bi) dan tingkat evaluasi (ei) diperoleh menggunakan rumus :

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Nilai keyakinan (bi) dan nilai evaluasi (ei) responden pada indikator kosmetik impor dan lokal diklasifikasikan pada rentang skala interval sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

**Kategori Tingkat Keyakinan Dan Tingkat Evaluasi**

Nilai	Keterangan	Nilai	Keterangan
$1.0 \leq bi \leq 1.8$	Sangat Tidak Yakin	$1.0 \leq ei \leq 1.8$	Sangat Tidak Baik
$1.8 < bi \leq 2.6$	Tidak Yakin	$1.8 < ei \leq 2.6$	Tidak Baik
$2.6 < bi \leq 3.4$	Cukup Yakin	$2.6 < ei \leq 3.4$	Cukup Baik
$3.4 < bi \leq 4.2$	Yakin	$3.4 < ei \leq 4.2$	Baik
$4.2 < bi \leq 5.0$	Sangat Yakin	$4.2 < ei \leq 5.0$	Sangat Baik

*Sumber : Data Diolah, 2020*

Hasil penilaian sikap responden terhadap indikator kosmetik impor dan lokal (ei.bi) secara keseluruhan akan diklasifikasikan kedalam lima kategori dengan besarnya range untuk kategori sikap yaitu dengan rumus :

$$\frac{(5 \times 5) - (1 \times 1)}{5} = 4,8$$

Penilaian sikap responden terhadap kosmetik impor dan lokal (ei.bi) responden secara keseluruhan dikategorikan pada rentang skala interval yang bisa dilihat pada tabel 4.18 mengenai kategori nilai sikap terhadap indikator secara keseluruhan

**Tabel 3.5**  
**Kategori Nilai Sikap Terhadap Indikator Secara Keseluruhan**

Nilai	Keterangan
$1.0 \leq bi \leq 5.8$	Sangat Negatif
$5.8 < bi \leq 10.6$	Negatif
$10.6 < bi \leq 15.4$	Netral
$15.4 < bi \leq 20.2$	Positif
$20.2 < bi \leq 25.0$	Sangat Positif

*Sumber : Data Diolah, 2020*

Menentukan nilai sikap konsumen dan membandingkan dengan skor yang diperoleh dengan skor sikap maksimum dengan cara membuat rentang nilai sikap maksimum. Jika nilai-nilai sikap responden mendekati nilai skor maksimum atas sikap dapat dilakukan bahwa nilai sikap mendekati baik. Pengukuran sikap dengan Multiatribut Model Fishbein dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sikap konsumen terhadap kosmetik local dan impor dengan menilai kepercayaan/keyakinan dan evaluasi dalam bentuk sikap baik/positif dan sikap buruk/negatif. Sikap tersebut menunjukkan hasil keyakinan dan evaluasi sikap konsumen terhadap kosmetik lokal dan impor yang diterimanya.