**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Obyek Penelitian.**

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah konsumen yang berdomisili di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di daerah Jakarta .

1. **Desain Penelitian.**

Menurut Sekaran dan Bougie (2017), desain penelitan adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif yaitu untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi, berpikirs secara sistematis mengenai aspek tertentu, memberikan ide untuk penelitian lebih lanjut dan membantu membuat keputusan yang pasti.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen untuk pemilihan masker dengan menggunakan tools analisa konjoin terhadap profil-profil yang disusun dan diberikan kepada responden sebagai tahapan untuk melakukkan analisa konjoin dan mengetahui preferensi responden.

1. **Variabel Penelitian.**

Adapun dasar penentuan 4 atribut yaitu Produk (Asal), jenis masker, aroma, dan kemasan.

Definisi operasional variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penentu Level atribut untuk produk (Asal) sebagai berikut:
2. Lokal
3. Import
4. level atribut untuk jenis masker
5. Gel
6. Cream
7. Sheet mask
8. Bubuk
9. Level atribut untuk aroma yaitu :
10. Beraroma
11. Tidak beraroma
12. Level atribut untuk kemasan yaitu :
13. Plastic/sheet
14. Tube/Jar

Dari penjabaran diatas, keempat atribut dan level atribut pengembangan produk yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan pada tabel berikut :

Tabel 3.1 atribut dan level atribut masker wajah

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Atribut | Level Atribut |
| 1 | X1 Produk | X11 Lokal |
| X12 Import |
| 2 | X2 Jenis Masker | X21 Gel |
| X23 Sheet Mask |
| X24 Bubuk |
| X22 Cream |
| 3 | X3 Aroma | X31 Aroma |
| X32 Tidak Beraroma |
| 4 | X4 Kemasan | X41 Plastik/sheet |
| X42 Tube / Jar |

1. **Teknik Pengumpulan Data.**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 170) Kuisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternative yang didefinisikan dengan jelas. Kuisioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskriptif atau eksplanator. Kuisioner secara umum didesain untuk mengumpulkan banyak data kuantitatif. Kuisioner dapat diberikan secara personal, dikirimkan kepada responden atau di distribusikan secara tradisional.

1. **Teknik Pengambilan Sampel.**
2. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal menarik di mana peneliti ingin membuat opini (berdasarkan statistik sampel)

Berdasarkan pengertian diatas, kesimpulannya adalah populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian.

1. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sample terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, beberapa namun tidak semua, elemen populasi membentuk sample. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *non probability.* Pengertian *non probability* adalah elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas apapun yang melekat untuk terpilih sebagai subjek sampel. Teknik sample dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling.*

Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari populasi konsumen masker yang diambil sebagai responden. Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan judgement sampling. Metode *non probability* digunakan karena tidak mengetahui pasti jumlah seluruh konsumen yang menggunakan masker. *Purposive sampling* dengan metode judgement digunakan untuk mengethaui dengan mudah kriteria sample yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dimana diharapkan sample yang dpilih ini memiliki informasi yang akurat untuk tujuan penelitian.

Dalam buku *Mulitivariate Data Analysis* yang ditulis oleh Joseph F.Hair, Jr & dkk ( 2010:373) , mengatakan bahwa dalam melakukan Konjoint Analysis dapat menggunakan minimal 50 responden untuk mendapatkan preferensi yang di inginkan oleh konsumen.sehingga Sampel yang digunakan dalam penelitian ini total 100 yaitu terdiri dari wanita dan laki-laki yang merupakan konsumen masker wajah di Jakarta.

1. **Teknik Analisis Data.**

Untuk data analisis akan menggunakan *Statistical Software Package for Social Sciences* (SPSS) versi 22. Teknik data analisis yang akan digunakan adalah analisis Deskriptif dan analisis Konjoin.

1. **Analisis Deskriptif**

Menurut Istijanto (2009:97), Analisis deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Dalam analisis deskriptif, nilai diwakili oleh mean (rata-rata), median, modus, tabel frekuensi atau presentase.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk melakukkan analisis perilaku konsumen, tingkat kepentingan atribut dan preferensi konsumen dalam pemilihan masker serta mengetahui profil konsumen yaitu Nama, umur, dan dimana konsumen biasanya melakukkan pembelian produk masker.

1. **Analisis Konjoin**

# Analisis data menggunakan analisis konjoin *Full profile* yaitu dilakukkan pendugaan parameter untuk mengetahui nilai kegunaan dari masing-masing atribut yang dievaluasi. Pendugaan ini dilakukkan dengan regresi yang akan diperoleh nilai kegunaan (NKT) dari taraf-taraf tiap atribut untuk menentukan nilai penting suatu taraf terhadap taraf lain pada suatu atribut selanjutnya dapat dihitung nilai relative penting (NRO) Atribut untuk mengetahui tingkat kepentingan relative suatu atribut terhadap atribut yang lain.

# Tujuan analisisn konjoin yaitu betujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri dari satu atau lebih bagian. Hasil utama analisis konjoin adalah suatu bentuk produk barang atau jasa atau objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden.

# Tahapan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

# Menentukan atribut dan subatribut produk

# Menentukan profil responden

# Responden mengisi kuisioner dan melakukkan rating

# Mengidentifikasi karakter konsumen masker yang terpilih menjadi responden dengan menggunakan analisis deskriptif

# Melakukkan analisis konjoin

# Melakukkan evaluasi hasil dari analisis konjoin

# Gambar 3. 1 Proses Analisis Data

|  |
| --- |
| Menentukan Atribut dan Subatribut |
|  |
| Penentuan Profil |
|  |
| Penentuan Ranking |
|  |
| Analisis deskriptif |
|  |
| Analisis konjoin |
|  |
| Intrepretasi Hasil |