

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Perancangan Sampel dan Pengumpulan Data

3.1.1 Identifikasi Variabel

Dari hasil In depth Interview dengan 10 orang responden, didapatkan variabel-variabel yang akan digunakan untuk mensegmentasi majalah komik Hanalala sebagai berikut:

1. Variabel Demografis

a. Umur

Usia responden bervariasi, Dari hasil In depth Interview, didapatkan pembagian usia responden sebagai berikut:

- 10-15 tahun

- 16-18 tahun

- 19-22 tahun

- 23-26 tahun

- 26-30 tahun

Pengambilan umur 10-15 tahun dikarenakan pada awalnya pangsa pasar komik itu adalah anak-anak, yang kemudian berkembang di kalangan remaja dan dewasa pula. Dan pembatasan sampai diatas umur 30 tahun, karena kebutuhan akan membaca komik berkurang di umur tersebut, dikarenakan adanya perubahan minat, dan opini masyarakat yang mengatakan bahwa membaca komik itu adalah untuk kalangan anak-anak dan remaja.

b. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden terbagi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Dengan mengetahui kuantitas tiap jenis kelamin akan membantu produsen untuk menentukan targetnya

c. Pengeluaran untuk semua komik per bulan

Dikarenakan responden ada yang belum memiliki pendapatan (<18 tahun) dan biasanya membeli komik dibiayai oleh orang tua. Dengan mengetahui pengeluaran untuk semua komik per bulan ini maka dapat diketahui segmen mana yang memiliki pengeluaran untuk komik terbanyak.

2. Psikologis

- Motivasi Kebutuhan akan produk Hanalala

Dengan ini, dapat diketahui Motivasi yang mendorong konsumen untuk membeli produk Hanalala

- Frekuensi pembelian majalah komik Hanalala

3. Psikografis(AIO) meliputi :

Penulis menggunakan tiga kelompok pembaca dalam segmentasi psikografis, yaitu: *Swinger, Prestigious Seeker dan Plain Joes*

4. Benefit

Untuk mengetahui apa yang konsumen cari dari majalah komik Hanalala,

- Plot cerita
- Banyak cerita
- Variasi cerita
- Artikel
- Rubrik
- Bonus
- Gambar cerita
- Sampul majalah

Sehingga bisa diketahui kriteria mana yang paling menarik konsumen untuk membeli produk Hanalala.

3.1.2 Populasi dan sampel

Penelitian ini mengambil data dari populasi JABODETABEK sehingga sampel akan diambil dari masyarakat JABODETABEK

Mengingat keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga maka jumlah sampel yang diambil dari seluruh populasi adalah 150 sampel

3.1.3 Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling*, dilakukan pengambilan sampel dengan sudah ada tujuannya dan sudah tersedia rencana sebelumnya. Biasanya sudah ada predefinisi terhadap kelompok-kelompok dan kekhususan khas yang dicari.

Dane (1990) points out the advantage of purposive sampling is that it allows the researcher to home in on people or events, which have good grounds in what they believe, will be critical for the research. Instead of going for the typical instances, a cross-section or a balanced choice, the researcher will be able to concentrate on instances which display wide variety – possible

even focus on extreme cases to illuminate the research question at hand. In this sense it might not only be economical but might also be informative in a way that conventional probability sampling can not be (Descombe, 1998). With a non-probability sampling methods the researcher feels that it is not feasible to include a sufficiently large number of examples in the study, this very much goes hand in hand with qualitative research. The aim of the study is to explore the quality of the data not the quantity (Nachmias, 1996).

3.1.4 Metode pengumpulan data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut.

a. Data primer (*primary data*)

Yaitu data yang diperoleh dari sumber langsung dengan metode survey, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai sampel individual yang representatif.

b. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang ada berupa bukti-bukti, catatan yang dipublikasikan.

3.1.5. Instrumen Riset dan Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini akan menggunakan instrument riset kuesioner, yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang akan dibagikan ke responden. Terdiri dari 4 bagian pertanyaan, yaitu:

1. Pertanyaan-pertanyaan yang membahas kategori demografis responden, seperti usia, jenis kelamin dan pengeluaran komik per bulan

2. Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan aspek psikografis responden, menurut 3 kelompok pembaca majalah yaitu *Swinger*, *Prestigious Seeker* dan *Plain Joes*.
3. Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan aspek psikologis konsumen majalah komik Hanalala, yaitu motivasi yang mendorong pembelian dan frekuensi pembelian majalah komik Hanalala
4. Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan aspek keuntungan (*benefit*) konsumen majalah komik Hanalala, yaitu apa yang menarik konsumen dari majalah komik Hanalala dari kedelapan faktor berikut, yaitu:
 - Plot cerita
 - Banyak cerita
 - Variasi cerita
 - Artikel
 - Rubrik
 - Bonus
 - Gambar cerita
 - Sampul majalah

Pada penelitian ini skala Likert yang merupakan skala ordinal digunakan untuk mengukur atribut produk berdasarkan tingkat persetujuannya. Skala persetujuan ini mulai dari sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1 sampai dengan sangat setuju (SS) dengan skor 6.

Skor untuk tiap-tiap jawaban adalah sebagai berikut :

1. Sangat setuju = 6
2. Setuju = 5
3. Agak setuju = 4
4. Kurang setuju = 3
5. Tidak setuju = 2
6. Sangat tidak setuju = 1

