

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang bertempat di Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta

3.2 Variabel Penelitian

3.2.1 Atribut karakteristik responden

1. Gender (laki-laki dan perempuan)
2. Jumlah uang saku mahasiswa (< Rp.400.000, Rp.400.000- Rp.800.000, > Rp.800.000)

3.2.2 Atribut produk

1. Harga yang terjangkau
2. Jenis produk yang beraneka ragam
3. Image yang tertanam dibenak
4. Kemasan menarik
5. Mudah didapatkan
6. Ukuran produk yang beraneka ragam
7. Sudah teruji khasiatnya

3.3 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan dua macam metode yaitu analisis Deskriptif dan Statistik

3.3.1 Analisis Deskriptif

Yaitu analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara memberikan keterangan - keterangan dan penjelasan tentang obyek yang dibahas. Keterangan - keterangan dan obyek penjas tersebut berupa presentasi tentang hal - hal yang ada hubungannya dengan motivasi konsumen berdasarkan permasalahannya.

3.3.2 Analisis Statistik

Yaitu analisis yang berdasarkan pada perhitungan obyektif, dimana dalam penelitian ini menggunakan uji Chi Square.

Uji Chi Square

Analisis ini digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan pilihan atribut - atribut yang memotivasi konsumen dalam pembelian pasta gigi pepsodent

Langkah - langkah pengujian:

1. Menentukan formulasi hipotesa nihil (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a)

H_0 : Tidak ada perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen untuk membeli pasta gigi pepsodent menurut karakteristik mereka

H_a : Ada perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen untuk membeli pasta gigi pepsodent menurut karakteristik mereka.

2. Menentukan kriteria pengujian hipotesa

Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ (0.05) berarti kemungkinan kesalahan dalam pengambilan kesimpulan hipotesa yang kita ambil adalah sebesar 5% dari 100% sehingga dapat dikatakan bahwa 95% kesimpulan hipotesa adalah benar dan hasil yang signifikan adalah hasil dimana probabilitas berkaitan dengan kejadian adalah sama.

Ho ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ dalam tabel

Ho diterima jika X^2 hitung $< X^2$ dalam tabel

3. Menghitung angka Chi Square (X^2) dengan menggunakan rumus:

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_h)^2}{F_h}$$

dimana :

X^2 = Chi square

F_o = Frekuensi yang diperoleh dari hasil survei

F_h = Frekuensi yang diharapkan

$$F_h = \frac{\text{Total baris} \times \text{total kolom}}{\text{Jumlah data}}$$

Alasan digunakannya kaidah kuadrat untuk mengetahui apakah suatu pengujian antara frekuensi hasil observasi (F_o) dengan frekuensi yang diharapkan oleh peneliti (F_h) dari sampel terbatas terdapat perbedaan yang signifikan atau tidak (Zainal Mustofa, 1995).

4. Kesimpulan

Dengan membandingkan hasil perhitungan pada langkah 2 dan langkah 3 diambil kesimpulan H_0 diterima atau ditolak

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer

Data primer diperoleh dari hasil penelitian masing - masing responden sebagai sampel dengan menggunakan komponen yang mempengaruhi motivasi dari responden.

3.4.2 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara berfikir dan berbuat yang diharapkan dengan baik untuk mengadakan penelitian untuk mencapai suatu tujuan penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah:

1. Metode kuesioner

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebar sejumlah daftar pertanyaan secara sistematis kepada sejumlah mahasiswa yang diambil sebagai sample pada populasi yang telah ditentukan, kuisisioner yang dibagikan berisi pertanyaan, model pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan

pendapat atau pilihannya. Data pokok yang dipergunakan untuk keperluan analisis terdiri dari butir - butir pertanyaan yang berhubungan dengan motivasi konsumen, jawaban dari pertanyaan responden diukur dengan menggunakan skala ordinal yang bertujuan untuk membedakan kategori - kategori dalam suatu variabel dengan asumsi bahwa ada urutan atau tingkat skala. Angka ordinal lebih menunjukkan urutan peringkat dari atribut produk sehingga urutan atribut yang ketujuh (7) adalah atribut yang paling dominan/urutan yang memotivasi konsumen dalam pembelian pasta gigi pepsodent, dan urutan yang kesatu (1) adalah atribut yang paling tidak dominan/urutan yang paling tidak memotivasi konsumen dalam pembelian pasta gigi pepsodent.

Bag I: Daftar pertanyaan menurut karakteristik konsumen

1. Gender

Terdiri dari:

1. Laki-laki

2. Perempuan

2. Besarnya uang saku tiap bulan

1. Kurang dari Rp.400.000 per bulan

2. Rp.400.000 hingga Rp.800.000 per bulan

3. Lebih dari Rp.800.000 per bulan

Bag II: Daftar pertanyaan tentang pilihan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli pasta gigi Pepsodent

2. Metode Interview

Yaitu metode pengumpul data dengan mengadakan tanya jawab dengan responden. Metode ini dapat mempermudah responden dalam pengisian kuisisioner. Metode interview digunakan untuk melengkapi data angket terutama untuk mengetahui dasar responden yang belum atau tidak bersedia mengisi pernyataan angket yang diajukan.

3.5 Populasi Dan Sampel

3.5.1 Pengertian populasi dan Sampel:

1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (individu) yang akan diwakili oleh sampel untuk diteliti apa yang memotivasi konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian pasta gigi pepsodent.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FE.UII yang pernah menggunakan pasta gigi pepsodent baik laki - laki maupun perempuan yang besar uang kiriman dari orang tuanya adalah kurang dari Rp.400.000, Rp.400.000 - Rp.800.000, lebih dari Rp.800.000

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil untuk diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Dengan mengacu pada populasi yang telah ditentukan maka sampel yang akan dipilih adalah sebagian mahasiswa yang aktif pada semester ganjil tahun ajaran 2001/2002 mulai angkatan 2001 sampai 2002.

1) Teknik pengambilan sampel:

Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan dua cara yaitu cara non probability sampling dan probability sampling. Dalam penelitian ini menggunakan cara non probability sampling dimana teknik pengambilan sampelnya adalah convenience sampling. Pada teknik ini peneliti akan menentukan sampel berdasarkan sifat kemudahannya yaitu mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang mudah ditemui di sekitar kampus mengingat peneliti sendiri adalah mahasiswa UII, sehingga dalam pengisian angket dapat dilakukan lebih akurat. Dalam teknik ini sampel diambil dari mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi yang pernah membeli pasta gigi pepsodent

2) Penentuan jumlah sampel

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan statistika yaitu:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

E = Kesalahan standar dari rata - rata hitung sampel

(standar error of sample) merupakan kesalahan

maksimum yang dapat ditolerir pada derajat

keyakinan yang telah ditentukan, untuk

menentukan kesalahan standar cukup

membaginya dengan dihitung dengan $Z_{1/2\alpha}$ yaitu

1.96 (Robert D Mason & Douglas A Lind, 1996).

Nilai 0.1 dianggap ideal, sebab dengan nilai

tersebut jumlah sampel tidak terlalu sedikit dan

tidak terlalu banyak dan besar kemungkinan hasil

penelitian mampu mendekati angka 90% akurat.

$$\alpha = 5\% = 1 - 95\%$$

$Z_{1/2\alpha}$ = batas luas daerah.

Nilai $Z_{1/2\alpha}$ adalah sebesar 1.96. Angka ini

didapat dari tabel t student dilihat dari nilai

persentase untuk distribusi student t dimana α

0,05, sehingga $1/2\alpha = 0,025$. Derajat Kepercayaan = 00. Tingkat significant sebesar 0.05 telah ditetapkan dalam bidang ekonomi, semakin besar nilai taraf akan semakin besar probabilitanya untuk menolak hipotesa nol (Nugroho budyuono,1996) karena pada kondisi dimana nilai deviasi standar rata - rata tidak diketahui, maka tabel Z tidak terdistribusi normal lagi sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas atau yang berjumlah besar akan mengikuti nilai table t.

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah sebesar 96 responden.