

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian tentang sikap konsumen ini dilakukan dengan mengambil lokasi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang berlokasi di Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Berikut sejarah singkat Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia didirikan oleh Badan Wakaf UII pada tanggal 10 Maret 1948. Pendirian Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dikukuhkan dengan akte notaris R.M. Wiranto No.9 tertanggal 21 Desember 1951. Pada awal berdirinya, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia memiliki tiga jurusan. Yaitu Jurusan Ketatanegaraan, Jurusan Umum, dan Jurusan Perusahaan. Namun pada tahun 1964, Jurusan Ketatanegaraan dan Jurusan Umum ditutup karena kurang mengalami perkembangan. Dengan demikian, jurusan yang ada hanya tinggal Jurusan Perusahaan saja. Jurusan Perusahaan kemudian berubah namanya menjadi Jurusan Manajemen.

Pada tanggal 19 November 1962 Jurusan Manajemen memperoleh status terdaftar namun baru memperoleh status diakui pada tanggal 14 Desember 1962. Selanjutnya pada tanggal 18 Februari 1966 dengan Surat Keputusan Menteri PTP No. 36, Jurusan Manajemen status disamakan baik untuk jenjang Sarjana muda (D3) maupun Sarjana (S1). Kemudian pada tanggal 23 September 1981 mendapat pengukuhan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan

Republik Indonesia No. 081 / 0 / 1992. Pada tanggal 31 Januari 1992, Jurusan Manajemen memperoleh kembali pengukuhan status disamakan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 081/0/1992.

Pada tahun 1980/1981, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia membuka jurusan baru. Yaitu Program Studi Akuntansi. Dan pada tahun 1990/1991 dibukalah Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP). Dan kemudian dengan SK Mendikbud RI No 0313 / V / 1994 tentang kurikulum nasional, Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan dirubah menjadi Program Studi Ekonomi Pembangunan (EP). Pada tanggal 22 Desember 1998, berdasarkan Surat Keputusan BAN Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 002 / BAN-PT / AK II / XII / 1998 Jurusan Ekonomi Pembangunan ditetapkan mendapat akreditasi dengan nilai A.

Dengan demikian sampai saat penelitian ini dibuat, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah memiliki tiga jurusan. Yaitu Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi, dan Jurusan Ekonomi Pembangunan.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Independen variable atau variable bebas (X) yang terdiri dari:
 - a. Keyakinan (X1)
 - b. Evaluasi (X2)

2. Dependen variabel atau variable terikat (Y) yaitu:
 - a. Sikap (Y)

3.3 Defenisi Operasional Variabel

1. Keyakinan (X1)

Yaitu pemikiran deskriptif yang dipertahankan seseorang mengenai sesuatu. Evaluasi atribut produk dan kepercayaan terhadap merek diyakini dapat mempengaruhi sikap terhadap suatu obyek.

2. Evaluasi (X2)

Yaitu penilaian konsumen terhadap konsekuensi yang akan diterima atas atribut yang melekat pada produk

3. Sikap konsumen (Y)

Yaitu evaluasi, perasaan dan kecenderungan yang konsisten atas suka dan tidak sukanya seseorang terhadap obyek atau ide.

3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data

3.4.1 Kuesioner dengan Skala Likert

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner dengan skala likert. Variabel yang diukur dengan skala ini, dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan titik tolak penyusunan item-item kuesioner. Jawaban dari item kuesioner ini memiliki gradasi dari tertinggi sampai terendah dan diberi bobot (skor), yang dinyatakan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Cukup Setuju (CS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

3.4.2 Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya. Dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 12.0. Semakin kecil varian kesalahan, semakin valid alat ukurnya. Uji validitas merupakan kewajiban akademik setiap peneliti untuk berupaya menegakkan validitas instrumen pengisi datanya, karena kualitas instrumen akan sangat menentukan validitas internal penelitian yang dilakukan. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi Pearson.

3.4.3 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan suatu proses pengukuran yang mengacu pada derajat ketepatan, ketelitian, dan akurasi yang ditunjukkan oleh instrumen atau alat pengumpul data. Uji ini menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama. Semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal

tesnya. Pengujian reliabilitas terhadap daftar pertanyaan dilaksanakan dengan menggunakan program SPSS versi 12.0. Uji reliabilitas atas setiap pertanyaan kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode Alpha.

3.4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk memenuhi kriteria sebagai instrumen penelitian yang valid dan reliabel, kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan program SPSS versi 12.0 dengan tingkat signifikansi 5 %. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada responden sebanyak 96 responden.

Jumlah butir kuesioner adalah 16 butir, yang merupakan pengembangan dari 8 atribut produk pada 2 komponen pengukuran sikap (keyakinan dan evaluasi). Suatu butir pernyataan akan dikatakan valid apabila skor korelasinya positif dan lebih besar dari nilai r tabel. Dari tabel r untuk tingkat signifikansi 5% dengan jumlah responden 96 orang diperoleh angka 0,1946. Hasil pengujian validitas instrumen penelitian komponen pengukuran keyakinan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian
pada Komponen Pengukuran Keyakinan

Atribut Produk	r-hitung	r-tabel	Sig.	Ket.
Harga Beli Produk				
- Harga terjangkau	0,6242	0,1946	0,000	Valid
- Harga sesuai dengan kualitas	0,6242	0,1946	0,000	Valid
Kemasan Produk				
- Desain kemasan menarik	0,5746	0,1946	0,000	Valid
- Kemasan mampu menjaga isi	0,5746	0,1946	0,000	Valid
Citarasa Produk				
- Mempunyai komposisi yang pas	0,6185	0,1946	0,000	Valid
- Cita rasa yang khas	0,6185	0,1946	0,000	Valid
Kadar Tar dan Nikotin				
- Kadar tar tidak berlebihan	0,8785	0,1946	0,000	Valid
- Kadar nikotin tidak berlebihan	0,8785	0,1946	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2006)

Hasil uji validitas pada tabel 3.1 di atas menunjukkan bahwa butir pertanyaan pada semua atribut produk yaitu : harga beli produk, kemasan produk, citarasa produk, serta kadar tar dan nikotin pada komponen pengukuran keyakinan yang ada di dalam penelitian mempunyai skor korelasi positif karena lebih besar

dari nilai r -tabel (0,1946) sehingga pertanyaan tersebut valid dan layak digunakan sebagai pertanyaan.

Untuk hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada komponen pengukuran evaluasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2

**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian
pada Komponen Pengukuran Evaluasi**

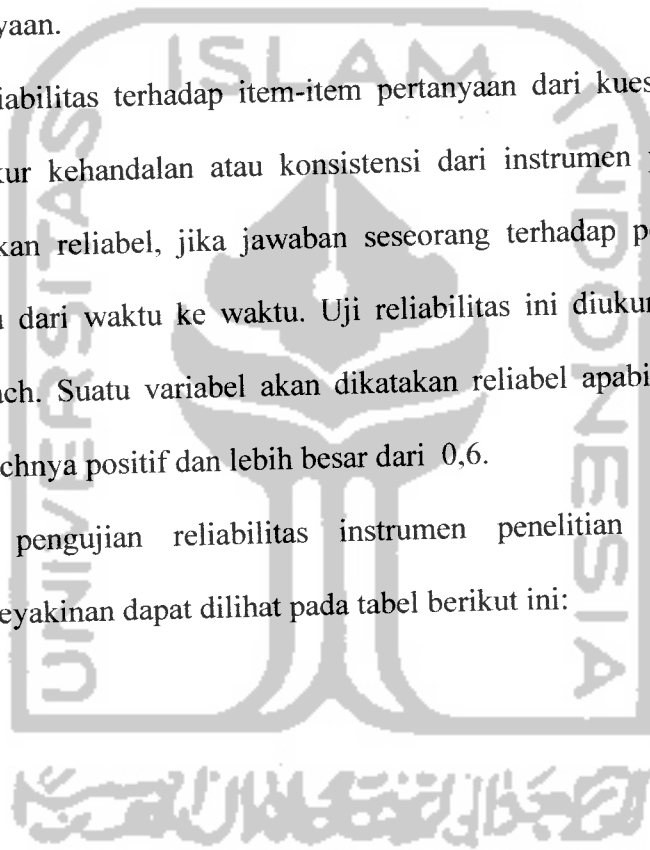
Atribut Produk	r-hitung	r-tabel	Sig.	Ket.
Harga Beli Produk				
- Harga terjangkau	0,6932	0,1946	0,000	Valid
- Harga sesuai dengan kualitas	0,6932	0,1946	0,000	Valid
Kemasan Produk				
- Desain kemasan menarik	0,6422	0,1946	0,000	Valid
- Kemasan mampu menjaga isi	0,6422	0,1946	0,000	Valid
Citarasa Produk				
- Mempunyai komposisi yang pas	0,5897	0,1946	0,000	Valid
- Cita rasa yang khas	0,5897	0,1946	0,000	Valid
Kadar Tar dan Nikotin				
- Kadar tar tidak berlebihan	0,9256	0,1946	0,000	Valid
- Kadar nikotin tidak berlebihan	0,9256	0,1946	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2006)

Hasil uji validitas pada tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa butir pertanyaan pada semua atribut produk yaitu : harga beli produk, kemasan produk, citarasa produk, serta kadar tar dan nikotin pada komponen pengukuran evaluasi yang ada di dalam penelitian mempunyai skor korelasi positif karena lebih besar dari nilai r tabel (0,1946) sehingga pertanyaan tersebut valid dan layak digunakan sebagai pertanyaan.

Uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan dari kuesioner digunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu angket dikatakan reliabel, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini diukur melalui metode Alpha Cronbach. Suatu variabel akan dikatakan reliabel apabila nilai koefisien Alpha Cronbachnya positif dan lebih besar dari 0,6.

Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada komponen pengukuran keyakinan dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian
pada Komponen Pengukuran Keyakinan

Atribut Produk	Nilai Alpha	Nilai Reliabilitas yang Diijinkan	Keterangan
Harga Beli Produk	0,7489	0,6	Reliabel
Kemasan Produk	0,7286	0,6	Reliabel
Citarasa Produk	0,7550	0,6	Reliabel
Kadar Tar dan Nikotin	0,8956	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2006)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa butir pertanyaan dalam semua atribut produk pada komponen pengukuran keyakinan yaitu: harga beli produk, kemasan produk, citarasa produk, serta kadar tar dan nikotin mempunyai nilai alpha lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Untuk hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian pada komponen pengukuran evaluasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian
pada Komponen Pengukuran Evaluasi

Atribut Produk	Nilai Alpha	Nilai Reliabilitas yang Diijinkan	Keterangan
Harga Beli Produk	0,7902	0,6	Reliabel
Kemasan Produk	0,7301	0,6	Reliabel
Citarasa Produk	0,7419	0,6	Reliabel
Kadar Tar dan Nikotin	0,9596	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2006)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa butir pertanyaan dalam semua atribut produk pada komponen pengukuran evaluasi yaitu: harga beli produk, kemasan produk, citarasa produk, serta kadar tar dan nikotin mempunyai nilai alpha lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan reliabel.

3.5 Data dan Teknik Pengumpul Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah informasi yang relevan, yang berasal, dikumpulkan, dan dipublikasikan secara khusus oleh sumber asli, tetapi digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu oleh pihak lain. Data primer yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner. Kuesioner adalah pernyataan formal secara konsisten, terangkai,

dan tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini adalah berskala Likert.

3.6 Populasi Dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan mencakup semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan jenis kelamin laki-laki yang pernah mengkonsumsi rokok Djarum Super minimal 5 batang, dalam satu minggu terakhir dihitung dari waktu pengisian kuesioner.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil penulis menggunakan metode non probabilitas sampling yaitu dengan metode accidental sampling. Yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti.

Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \frac{1}{2} \alpha^2 (pq)}{E^2}$$

dimana:

n = jumlah sampel

Z = luas kurva normal standar (dapat dilihat pada tabel z)

α = tingkat kesalahan data yang dapat ditolerir peneliti

p = nilai proporsi dari bagian populasi

q = nilai proporsi selain p

E = deviasi sampling maksimum yang diinginkan peneliti

Dengan nilai proporsi dari bagian populasi sebesar 50%, deviasi sampling maksimum sebesar 10%, dan tingkat kesalahan data yang dapat ditolerir peneliti sebesar 5%. Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,96}{0,01}$$

$$n = 96$$

Dari hasil penghitungan diatas, maka ditetapkan bahwa sampel yang digunakan adalah sebanyak 96 responden.

3.7 Alat Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang dilaksanakan berdasarkan pada analisis data kualitatif kemudian dianalisis lebih lanjut, merupakan perhitungan yang menyimpulkan, memperhitungkan, dan mengolah data yang berwujud angka. Adapun analisis yang digunakan adalah:

1. Analisis Indeks Sikap (Model Fishbein)

Adapun analisis yang digunakan dalam skripsi ini adalah analisis indeks sikap model multiatribut Fishbein, model ini merupakan suatu analisa yang digunakan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap obyek yang bersangkutan dan diberi bobot evaluasi terhadap atribut tersebut. Proporsi kunci dalam model multiatribut Fishbein adalah bahwa evaluasi terhadap kepercayaan utama menghasilkan sikap keseluruhan. Dalam model multiatribut Fishbein, sikap keseluruhan terhadap suatu objek adalah fungsi dari dua faktor, kekuatan dari kepercayaan utama jika dikaitkan objek dan evaluasi dari kepercayaan tersebut. Model multiatribut Fishbein ini menerangkan proses integrasi yang mengkombinasikan pengetahuan produk (evaluasi dan kekuatan kepercayaan utama) untuk membentuk evaluasi atau sikap yang menyeluruh. Akan tetapi model multiatribut Fishbein ini tidak menyatakan bahwa konsumen sebenarnya menjumlahkan hasil dari kekuatann kepercayaan dan evaluasi untuk membentuk sikap terhadap objek, melainkan mencoba memperkirakan sikap yang dihasilkan oleh proses

integrasi, model tersebut tidak ditujukan untuk menjelaskan operasi kognitif sebenarnya yang mengintegrasikan pengetahuan. Adapun rumus model multiatribut Fishbein yang adalah:

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

dimana:

A_o = Sikap terhadap obyek

b_i = Kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut i

e_i = Evaluasi mengenai atribut i

n = Jumlah atribut yang menonjol

Dalam perhitungan bobot untuk setiap ciri atau sifat atribut produk, digunakan alat pengukur skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang terhadap suatu obyek. Responden harus menyatakan kesetujuannya terhadap suatu obyek dengan asumsi:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Cukup Setuju (CS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Adapun langkah-langkah analisis model multiatribut Fishbein adalah:

- a. Menentukan skor keyakinan untuk setiap atribut (b_i) dengan cara mencari skor masing-masing atribut, menggunakan skala likert 1-5 dimana :

Nilai 5 diberikan untuk jawaban sangat yakin (SY)

Nilai 4 diberikan untuk jawaban yakin (Y)

Nilai 3 diberikan untuk jawaban cukup setuju (CS)

Nilai 2 diberikan untuk jawaban tidak yakin (TY)

Nilai 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak yakin (STY)

- b. Menentukan skor evaluasi untuk setiap atribut (e_i) dengan cara mencari skor masing-masing atribut, dengan asumsi :

Nilai 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju (SS)

Nilai 4 diberikan untuk jawaban setuju (S)

Nilai 3 diberikan untuk jawaban cukup setuju (CS)

Nilai 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju (TS)

Nilai 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

- c. Setelah skor keyakinan (b_i) dan evaluasi (e_i) ditentukan, maka dilanjutkan dengan menentukan skor keseluruhan sikap (A_o). Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengalikan skor kepercayaan (beliefs) dengan skor penilaian evaluasi dari masing-masing atribut, dan kemudian dijumlahkan, sehingga nilai A_o (sikap terhadap obyek) tersebut dapat diketahui.

2. Analisis Varians (Anova)

Analisis Varians (Anova) digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata hitung jika kelompok sampel yang dibedakan atas karakteristiknya. Ada tidaknya perbedaan penilaian responden terhadap atribut-atribut produk rokok Djarum Super berdasarkan karakteristiknya, alat analisis yang digunakan adalah uji analisis varian dinyatakan nilai F.

Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung penduga pertama varian populasi dari varian antar sampel.

Rumus:

$$S_a^2 = \frac{\sum (\bar{x} - \bar{x})^2}{n - 1}$$

dimana:

S_a^2 = varian antar sampel

$\bar{x} - \bar{x}$ = rata-rata sampel

n = besarnya sampel

- b. Menghitung penduga kedua varian dari varian dalam sampel.

Kita mempunyai anggapan bahwa varian dari ketiga populasi sama.

Oleh sebab itu, kita dapat mempergunakan salah satu dari varian sampel sebagai penduga varian populasi yang kedua.

Rumus:

$$S_w^2 = \frac{S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2}{n}$$

dimana:

S_w^2 = varian dalam sampel

$S_1^2 + \dots + S_n^2$ = varian sampel 1 sampai ke-n

c. Pengujian Statistik F

Merupakan rasio dari varian antar sampel sebagai penduga varian populasi yang pertama dengan varian dalam sampel sebagai penduga varian populasi yang kedua.

Rumus:

$$F = \frac{nS_a^2}{S_w^2}$$

dimana:

F = rasio F

nS_a^2 = varian antar sampel

S_w^2 = varian dalam sampel

