

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitiannya, peneliti akan melakukan penelitian di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

##### 3.2.2 Sampel

Adalah sebagian populasi yang dikarakteristikan dan hendak diselidiki dan dapat mewakili keseluruhan populasi.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus (Budiyuwono, 1996):

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

Dimana : n : jumlah sampel

Z : nilai yang ditentukan oleh interval keyakinan ( $\alpha = 0,05$ )

E : besar kesalahan maksimal yang dapat diterima (0,1)

Maka :

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

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan } n = 100$$

Berdasarkan rumus di atas akan diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 94 responden, untuk mempermudah perhitungan jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik ini dilakukan tidak secara acak, tetapi sampel dipilih dengan karakteristik tertentu (Santoso, 2001) yaitu responden pernah membeli atau menggunakan produk CD (program, video, game, audio) baik yang asli maupun bajakan.

### 3.3 Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa variabel, diantaranya adalah :

- a) Sikap Terhadap Kepatuhan Hukum Secara Umum
- b) Sikap Terhadap Pembelian Produk Bajakan
- c) Harapan Terhadap Kinerja Produk
- d) Keinginan Membeli
- e) Status Konsumsi

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu istilah rujukan-rujukan empiris, yang mana dapat diukur, dihitung atau dikumpulkan melalui nalar. Dinyatakan dalam kriteria atau operasi yang dapat diuji secara khusus

Untuk menyamakan pemahaman tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu dikemukakan definisi operasional dari masing-masing variabel, antara lain:

#### 1. Sikap Terhadap Kepatuhan Hukum Secara Umum

Sikap terhadap kepatuhan hukum secara umum yang tinggi adalah kesadaran konsumen untuk tunduk atau patuh kepada hukum dan peraturan yang berlaku, meskipun menghalangi keinginan atau hak pribadinya dan tidak menggunakan kondisi pribadi atau institusi karena kemudahan memperoleh CD, keterbatasan keuangan, kebutuhan yang mendesak, dan lain-lain sebagai alasan untuk melanggar hukum.

Indikator variabel sikap terhadap kepatuhan hukum secara umum adalah sebagai berikut:

- Pemahaman bahwa kondisi pribadi /institusi (keterbatasan keuangan, kemudahan memperoleh CD bajakan, kebutuhan yang mendesak dan lain-lain) seharusnya tidak dijadikan sebagai alasan untuk melanggar hukum.

- Kesadaran konsumen untuk tidak melanggar hukum meskipun tidak ketahuan.
- Kesadaran bahwa hasil karya orang lain yang memiliki nilai (seni, teknologi, ekonomis) tinggi, seharusnya dilindungi oleh hukum peraturan hak atas kekayaan intelektual (HaKI)
- Pemahaman bahwa seseorang harus tunduk/patuh pada hukum, meskipun menghalangi keinginan atau hak pribadinya.
- Kesadaran bahwa seseorang seharusnya tunduk/patuh kepada dan atau peraturan yang berlaku.
- Pemahaman bahwa undang-undang tentang HaKI di satu sisi melindungi hak pribadi seseorang atau institusi, tetapi bertentangan dengan hak pribadi orang lain karena menghalangi orang tersebut dalam memperoleh HaKI, khususnya manfaat bisnis.

## 2. Sikap Terhadap Pembelian Produk Bajakan

Sikap terhadap pembelian produk bajakan yang tinggi adalah kesadaran terhadap legalitas pembelian CD bajakan, kesadaran untuk tidak melipatgandakan CD asli baik untuk kepentingan pribadi maupun masyarakat umum karena merupakan tindakan yang melanggar hukum.

Indikator variabel sikap terhadap pembelian produk bajakan adalah sebagai berikut:

- Membeli CD bajakan untuk keperluan umum atau orang banyak merupakan tindakan yang melanggar hukum.
- Membeli CD asli untuk kepentingan pribadi adalah melanggar hukum.
- Meperbanyak atau meng-copy CD asli untuk kemanfaatan umum adalah melanggar hukum.
- Karena CD bajakan lebih mudah didapat dan harganya murah maka saya lebih cenderung akan membeli CD bajakan meskipun hal ini melanggar hukum.

### 3. Harapan Terhadap Kinerja Produk

Harapan terhadap kinerja produk yang tinggi adalah keyakinan konsumen bahwa dirinya akan merasa puas terhadap kinerja produk bajakan baik secara visual (tampilan), audio (suara), kehandalan *running*, keawetan dan ketahanan fisik.

Indikator variabel harapan terhadap kinerja produk bajakan adalah sebagai berikut:

- Harapan konsumen akan merasa puas dengan kualitas suara CD bajakan.
- Harapan konsumen akan merasa puas dengan keawetan dan ketahanan fisik CD bajakan.

- Harapan konsumen akan merasa puas dengan tampilan gambar CD bajakan di monitor.
- Harapan konsumen akan merasa puas dengan kehandalan 'running' (berjalan sesuai dengan fungsinya secara ajeg)

#### 4. Keinginan Membeli

Keinginan membeli produk bajakan yang tinggi adalah minat atau kecenderungan yang kuat untuk membeli CD bajakan karena tingkat kemudahan untuk mendapatkan, kondisi penegakan hukum, posisi status sosial konsumen dan tingkat harganya.

Indikator variabel keinginan membeli produk bajakan adalah sebagai berikut:

- Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli CD bajakan karena keawetan CD bajakan tidak jauh berbeda dari aslinya.
- Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli CD bajakan dengan tingkat harga CD bajakan dibandingkan harga CD asli seperti sekarang ini.
- Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli CD bajakan dengan tingkat ketersediaan (kelengkapan yang sesuai dengan kebutuhan) CD bajakan dibandingkan dengan ketersediaan CD asli seperti sekarang ini.

- Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli CD bajakan dengan tingkat kemudahan untuk mendapatkan CD bajakan dibandingkan dengan CD asli seperti sekarang ini.
- Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli CD bajakan dengan kondisi penegakan hukum saat ini.
- Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli CD bajakan dalam posisi status konsumen saat ini.

#### 5. Status Konsumsi

Status konsumen yang tinggi merupakan kesadaran konsumen bahwa konsumen membeli CD asli karena CD asli akan mempengaruhi atau meningkatkan gengsi atau status sosial konsumen dan membeli CD bajakan maka akan merendahkan martabat atau citarasa status konsumen.

Indikator variabel status konsumsi konsumen adalah sebagai berikut:

- Ketertarikan konsumen membeli CD asli karena CD asli akan mempengaruhi atau meningkatkan gengsi atau status sosial konsumen.
- Harga CD asli yang lebih mahal dari CD bajakan akan mempengaruhi atau meningkatkan gengsi atau status sosial konsumen.
- Ketertarikan konsumen membeli CD asli untuk menunjukkan bahwa dirinya memiliki selera atau citarasa yang tinggi.
- Membeli CD bajakan akan berakibat merendahkan citarasa atau status sosial konsumen.

- Ketertarikan konsumen membeli CD bajakan karena CD bajakan harganya lebih murah.
- Membeli CD bajakan maka akan merendahkan martabat konsumen.
- Tinggi rendahnya selera atau citarasa seseorang, salah satunya ditunjukkan oleh pemakaian CD bajakan atau CD asli

### 3.5 Instrumen Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Kuesioner Dengan Skala Likert

Skala untuk kuesioner di dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Alasan digunakannya skala Likert didalam penelitian ini dikarenakan skala ini merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas dalam riset pemasaran. Skala ini memungkinkan responden mengekspresikan intensitas perasaan mereka. Dengan skala ini, maka variable yang akan diukur dari seseorang dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Walaupun begitu, skala likert yang digunakan dalam penelitian ini telah dimodifikasi. Untuk setiap pertanyaan dalam penelitian yang digunakan untuk mengetahui kinerja disediakan 4 (empat) alternatif jawaban dengan skor sebagai berikut:

- |                       |               |
|-----------------------|---------------|
| ▪ Sangat Tidak Setuju | diberi skor 1 |
| ▪ Tidak Setuju        | diberi skor 2 |



- Setuju diberi skor 3
- Sangat Setuju diberi skor 4

Alasan tidak dipakainya nilai tengah (ragu-ragu/sedang) karena untuk menghindari adanya budaya timur dari responden yang selalu memilih rasa aman. Hasil ini dapat menyebabkan kuesioner sulit untuk mewakili keadaan sebenarnya.

### 3.5.2 Uji Validitas Instrumen

Analisis Validitas adalah sifat yang menunjukkan adanya kesesuaian antara alat ukur dengan tujuan yang diukur. Uji Validitas dilakukan pada tiap-tiap butir pertanyaan dan mengungkapkan faktor-faktor yang akan diselidiki, dengan asumsi bahwa tiap butir dalam suatu faktor mengungkapkan hanya mengenai faktor yang bersangkutan, maka skor butir harus mempunyai korelasi yang positif dengan skor total, ini harus cukup kuat dan peluang kesalahannya tidak terlalu besar. Koefisien validitas butir diperoleh dari hasil korelasi skor yang dimaksud dengan skor total adalah jumlah skor semua butir pertanyaan baik tentang kuisisioner pada penilaian terhadap variabel yang mempengaruhi maupun variabel yang dipengaruhi.

Untuk menguji Validitas Kuesioner digunakan rumus Korelasi *pearson Product Moment*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi setiap pertanyaan atau item

$n$  = Jumlah responden atau sampel

$x$  = Nilai skor dari setiap pertanyaan

$y$  = Skor nilai dari seluruh pertanyaan atau item

Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, dengan bantuan program komputer *SPSS for Windows Release 10.0*. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai koefisien korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total yang signifikan ( $\text{sign.} < 0,05$ ) (Azwar, 2003: 162).

### 3.5.3 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tahap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dan indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah konstruk yang umum. Secara teoritis untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha* (Azwar, 2001:78):

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum_1^k S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Dimana:

k = Banyaknya belahan test

$S^2_j$  = Variansi skor belahan j

$S^2_x$  = Variansi skor total.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer program *SPSS for Windows Release 10.0*. Sebagai kriteria menyarankan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* harus  $\geq 0,70$  dan *Corrected Item-Total Correlation*  $\geq 0,50$ . Meskipun nilai *Corrected Item-Total Correlation* kurang dari 0,5 item tersebut akan tetap dipertahankan bila dengan mengeliminasi item tersebut justru akan menurunkan *Cronbach's Alpha* (Hair, 1998: 118).

Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan sampel 30 eksemplar kuesioner, yang dianalisis dengan program SPSS versi 10 untuk setiap variabel penelitian yang meliputi status konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan variabel keinginan/niat untuk membeli CD bajakan.

#### - Hasil Uji Validitas Instrumen

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen dapat dilihat bahwa butir pertanyaan untuk variabel Status Konsumsi Konsumen, variabel Sikap Patuh

Hukum, variabel Sikap Legalitas Pembelian CD Bajakan, variabel Harapan Kinerja CD, dan variabel Keinginan Membeli CD Bajakan, semuanya mempunyai nilai total (*Item Total Correlation*) yang lebih besar dari 0,50. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dari variabel-variabel instrumen kuesioner tersebut semuanya adalah valid. Hasil pengujian validitas instrumen yang dilakukan dengan sampel 30 eksemplar kuesioner dapat dilihat pada lampiran II.

- *Hasil Uji Reliabilitas Instrumen*

Hasil uji reliabilitas instrumen dari variabel Status Konsumsi Konsumen nilai alpha yang diperoleh 0,9581. Untuk variabel Sikap Patuh Hukum nilai alpha diperoleh 0,9667. Untuk variabel Sikap Legalitas Pembelian CD Bajakan nilai alpha diperoleh 0,8292. Untuk variabel Harapan Kinerja CD nilai alpha diperoleh CD Bajakan 0,9699. Untuk variabel Keinginan Membeli CD Bajakan nilai alpha diperoleh 0,9399. Dari semua pengujian variabel tersebut semua hasil Alpha yang didapatkan lebih besar dari nilai minimal Alpha yaitu 0,6. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel-variabel kuesioner tersebut semuanya adalah reliabel. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan sampel 30 eksemplar kuesioner dapat dilihat pada lampiran II.

Karena semua hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut semuanya valid dan reliabel maka kuesioner ini layak digunakan kembali untuk memperoleh data-data dari responden.

### **3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Yaitu pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan metode langsung datang ke Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan bertemu langsung dengan Mahasiswa/i yang pada penelitian ini berperan sebagai obyek penelitian

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku-buku referensi, literatur maupun artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **3.6.2 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data digunakan agar hasil penelitian dan analisisnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah serta dapat menghasilkan penelitian yang baik. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

##### **1. Wawancara**

Pengumpulan data dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai maupun juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.

## 2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan atau dikirim kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya, bagaimana keadaannya, pendapatnya, dan keyakinan.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Secara teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi dua bagian yaitu: 1) analisis deskriptif, yang bertujuan bukan untuk membuktikan suatu hipotesis namun hanya memberikan gambaran (mendeskripsikan) mengenai data yang diperoleh dari penelitian yang antara lain meliputi deskripsi profil demografi responden dan deskripsi tentang variabel penelitian; 2) analisis inferensial, analisis yang dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan suatu hipotesis, dalam penelitian ini analisis inferensial yang digunakan meliputi analisis regresi ganda dan uji t sampel independen.

#### 3.7.1 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis respon dari keinginan membeli konsumen terhadap produk bajakan bermerek yang dikaitkan dengan variabel determinannya, yaitu: sikap kepatuhan hukum, sikap membeli produk bajakan, dan harapan terhadap kinerja produk secara individual. Analisis regresi sederhana adalah analisis statistik yang dilakukan untuk menguji pengaruh

satu variabel independen terhadap variabel dependen, yang keduanya adalah data yang berskala numerik (Santoso, 2001).

Pada penelitian ini analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama, kedua dan ketiga. Metode analisis regresi sederhana dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menguji secara empiris hubungan kausalitas antara variabel independen yang meliputi sikap patuh hukum, sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan, harapan kinerja produk bajakan dan variabel dependen keinginan konsumen membeli produk bajakan secara individual.

### **3.7.2 Analisis Regresi Ganda**

Analisis regresi ganda digunakan untuk menganalisis respon dari keinginan membeli konsumen terhadap produk bajakan bermerek yang dikaitkan dengan variabel determinannya, yaitu: sikap kepatuhan hukum, sikap membeli produk bajakan, dan harapan terhadap kinerja produk. Analisis regresi ganda adalah analisis statistik yang dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau variabel independen terhadap satu variabel dependen, yang keduanya adalah data yang berskala numerik (Santoso, 2001). Metode analisis regresi ganda dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menguji secara empiris hubungan kausalitas antara variabel independen yang meliputi sikap patuh hukum, sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan, harapan kinerja produk bajakan dan

variabel dependen keinginan konsumen membeli produk bajakan. Adapun persamaan regresi ganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = variabel keinginan membeli produk bajakan

X<sub>1</sub> = variabel sikap patuh hukum

X<sub>2</sub> = variabel sikap terhadap produk bajakan

X<sub>3</sub> = variabel harapan kinerja produk bajakan

b<sub>0</sub> = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = koefisien regresi

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi ganda dilakukan dengan menguji tingkat signifikansi koefisien regresi. Hipotesis tersebut dinyatakan terbukti kebenarannya jika tingkat signifikansi statistik t yang diperoleh untuk setiap variabel independen kurang dari taraf signifikansi 0,05 (5%).

### 3.7.3 Uji t Sampel Independen

Uji t sampel independen adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata (mean) antara sampel yang diambil dari dua populasi yang saling bebas (independen) (Santoso, 2001). Dalam penelitian ini digunakan



untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang memiliki kepedulian status lebih rendah dibanding dengan tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang tidak memiliki kepedulian status. Adapun rumus uji t yang digunakan adalah (Walpole dan Myers, 1998; 358):

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

dimana:

$t$  = Statistik uji t

$\bar{X}_1$  = Rata-rata keinginan beli responden sadar status

$\bar{X}_2$  = Rata-rata keinginan beli responden non sadar status

$S_1^2$  = Variansi keinginan beli responden sadar status

$S_2^2$  = Variansi keinginan beli responden non sadar status

$n_1$  = Jumlah responden sadar status

$n_2$  = Jumlah responden non sadar status

Hipotesis tersebut dinyatakan terbukti kebenarannya jika terdapat perbedaan yang signifikan rata-rata variabel keinginan membeli produk bajakan antara responden yang sadar status dan non sadar status, dimana tingkat signifikansi statistik t yang diperoleh kurang dari 0,05.