

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang terletak di Condong-Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta.

3.2. Sejarah Singkat

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (FE UII) Yogyakarta, didirikan oleh Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia pada tanggal 10 Maret 1948 (27 Rajab 1367 H), dan kemudian dikukuhkan dengan akte Notaris R.M. Wiranto No. 9 tertanggal 21 Desember 1951. Pada awal berdirinya, FE UII memiliki tiga jurusan yaitu: Jurusan Ketatanegaraan, Jurusan Umum, dan Jurusan Perusahaan. Pada tahun 1964, Jurusan Ketatanegaraan dan Jurusan Umum ditutup. Dengan demikian, selama tahun 1964 sampai dengan tahun 1980 FE UII hanya memiliki satu jurusan yaitu Jurusan Perusahaan.

Seiring dengan laju pembangunan di Indonesia dan perkembangan ilmu pengetahuan, pada tahun akademi 1980/1981 FE UII membuka Program Studi Akuntansi. Setelah itu, pada tahun akademi 1990/1991 FE UII membuka Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP). Selanjutnya sesuai dengan SK Mendikbud R.I No. 0313/V/1994 tentang Kurikulum Nasional, nama Prodi IESP dirubah menjadi Prodi Ekonomi Pembangunan. Sampai saat ini FE UII memiliki tiga Prodi yaitu:

1. Prodi Manajemen
2. Prodi Akuntansi
3. Prodi Ekonomi Pembangunan

Dalam rangka menyongsong era globalisasi, mulai tahun akademi 1996/1997, maka Fakultas Ekonomi membuka Program Internasional (International Program/IP). Pada awalnya, IP FE UII menawarkan dua Prodi: Prodi Manajemen (Management Department), dan Prodi Akuntansi (Accounting Department). Pada tahun akademi 1999/2000, IP FE UII membuka juga untuk Prodi Ekonomi Pembangunan (Economics Department).

3.3. Variabel Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan adalah penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Pengertian survey dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi, ini berbeda dengan sensus yang informasinya dikumpulkan dari seluruh populasi.

Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiono, 2000).

Biasanya yang merupakan unit analisis dalam penelitian survey adalah individu, tetapi tidak tertutup kemungkinan bahwa unit analisis adalah beberapa individu sekaligus.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa sehingga spesifik dan teratur. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah :

- a. Perilaku konsumen terhadap atribut produk yang meliputi distribusi, promosi, rasa, kualitas dan harga pada produk minuman suplemen Extra Joss.
- b. Perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk minuman suplemen Extra Joss berdasarkan karakteristik konsumen yang meliputi tingkat uang saku bulanan dan jenis kelamin.

Metode skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert yaitu pernyataan yang menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju (Phillip Kotler, 1990). Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner terbagi menjadi lima yang masing-masing diberi skor 1 sampai 5 yaitu :

Sangat Setuju	:	5
Setuju	:	4
Cukup Setuju	:	3
Tidak Setuju	:	2
Sangat Tidak Setuju	:	1

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode Purposive Sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden dengan asumsi bahwa sampel tersebut dapat mewakili populasi.

3.5. Instrumen Atau Alat Pengumpul Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert, yang diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, dari tanggal 15 November 2005 sampai tanggal 15 Desember 2005

3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tujuan pengujian Validitas adalah untuk mengetahui seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan dalam pengujian ini adalah Teknik Produk Moment atau Korelasi (Arikunto, 1998).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien Korelasi setiap item

X = Score dari setiap item

Y = Score Total dari setiap item

N = Banyaknya Sampel

Tarif nyata = 0,05

b. Uji Reliabilitas

Bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran pada subyek yang sama dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan jenis alat pengukuran yang dipakai. Untuk menguji keandalan instrumen dengan menggunakan rumus Alpha, yaitu dengan bantuan SPSS (Arikunto, 1998).

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

n = Jumlah Butir

V_i = Varian Butir

V_t = Varian Total

3.7. Data Dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan penentuan tertentu. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden dengan asumsi bahwa sampel tersebut dapat mewakili populasi.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diambil dari sumber pertama. Pengumpulan data primer ini menelan biaya yang lebih banyak, tetapi data yang diperoleh biasanya lebih relevan bagi masalah yang sedang diteliti (Phillip Kotler, 1990). Data primer dalam penelitian ini berasal dari daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden atau kuesioner.

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat dan menyusun daftar pertanyaan yang sesuai dengan variabel yang akan diuji untuk mendapatkan jawaban atau data yang akan diolah lebih lanjut (Soehardi Sigit, 2001). Setiap responden diminta untuk mengisi perangkat kuesioner sesuai dengan apa yang diteliti, yaitu sikap konsumen terhadap atribut produk minuman suplemen Extra Joss.

3.8. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi adalah kelompok yang akan digunakan atau diterapi hasil dari suatu penelitian. Dengan kata lain, populasi adalah kelompok yang diamati dalam penelitian, dimana semua anggotanya memiliki satu atau beberapa kesamaan karakteristik (Soehardi Sigit, 1999).

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling (Usman Husaini dan Akbar Setiadi Purnomo, 2001). Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik non probability sampling dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel (Soehardi Sigit, 2001). Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dari berbagai angkatan yang pernah mengkonsumsi minuman suplemen Extra Joss.

Proses pengambilan sampel yaitu, dengan cara membagikan kuesioner dilingkungan kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam

Indonesia Yogyakarta, kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dari berbagai angkatan, yang pernah mengonsumsi minuman suplemen Extra Joss. Untuk mendapatkan sampel yang diharapkan maka dipilih metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2004).

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z \alpha}{E} \right]^2$$

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Standar Deviasi

α = Distribusi Normal

E = Standar Normal

Dengan menggunakan koefisien konfidensi 0,95 untuk memperkirakan populasi konsumen, maka dengan probabilitas 0,95 kesalahan yang mungkin terjadi tidak lebih dari 0,10.

Jadi apabila $P = 0,5$ dimana $P(1-P) = 0,25$

$$\text{Maka } n = 0,25 \left[\frac{1,96}{0,10} \right]^2$$

$$n = 96,4 \approx 100$$

Besarnya sampel minimum untuk suatu penelitian deskriptif yaitu sebesar 100 sampel, agar mendapatkan data yang representative maka besaran sampel yang dijadikan tolok ukur ditambah 10% dari sampel minimal, maka jumlah sampel yang diambil adalah 110 (Soehardi Sigit, 1999).

3.9. Teknik Analisis

1. Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif merupakan analisis dalam bentuk uraian data-data dari hasil penelitian yang berupa jawaban-jawaban responden, yang kemudian diuraikan tanpa menggunakan perhitungan matematis (Suharsimi Arikunto, 2005).

2. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif merupakan analisis data yang mempergunakan analisis statistik, yaitu menguraikan data baik dari responden maupun sumber lain yang berkaitan dengan penelitian (Suharsimi Arikunto, 2005).

a. Nilai Sikap

Untuk mencari besarnya skor sikap konsumen, dapat dicari dengan rumus Fishbein, yang digunakan untuk menganalisis bentuk sikap konsumen atau responden terhadap objek. Dasar kepercayaan mengenai objek tersebut yaitu atribut produk. Dalam hal ini berkaitan dengan bobot positif dan negatif (James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, 1990).

Adapun rumus Fishbein adalah :

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

Dimana :

A_o = Sikap responden secara keseluruhan terhadap objek

b_i = Kepercayaan seseorang bahwa suatu objek memiliki atribut

e_i = Penilaian seseorang terhadap atribut yang ada pada objek

n = Jumlah sampel/atribut yang menonjol

b. Analisis Chi Square atau Chi Kuadrat

Chi kuadrat merupakan teknik yang digunakan untuk menguji proporsi subjek yang ada pada tiap-tiap bagian dengan membandingkan apakah ada perbandingan secara signifikan antara frekuensi yang ada dengan frekuensi seharusnya (Suharsimi Arikunto, 2005).

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Dimana :

X^2 = Harga Chi kuadrat yang dicari

f_o = Frekuensi yang ada (Frekuensi Observasi atau Frekuensi sesuai dengan keadaan)

f_h = Frekuensi yang diharapkan, sesuai dengan teori

Menentukan formulasi hipotesis :

H_o : Tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk minuman suplemen Extra Joss berdasarkan jenis kelamin, tingkat usia, dan besarnya uang saku.

H_a : Ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk minuman suplemen Extra Joss berdasarkan jenis kelamin, tingkat usia, dan besarnya uang saku.

Dipilih level of signifikan tertentu dengan degree of freedom $(r-1)(k-1)$;

dimana r = jumlah baris dan k = jumlah kolom

Kriteria pengujian :

Ho diterima bila : $X^2 \text{ hitung} < X^2 \text{ tabel ; } (r-1)(k-1)$

Ho ditolak bila : $X^2 \text{ hitung} > X^2 \text{ tabel ; } (r-1)(k-1)$

Kesimpulan : Dengan membandingkan hasil dari perhitungan dan hasil yang diperoleh berdasarkan chi square tabel sehingga dapat diambil kesimpulan Ho ditolak atau diterima.

