

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu

Meneliti merupakan kegiatan mencari data secara ilmiah untuk memecahkan masalah. Suatu penelitian harus menggunakan metode sesuai dengan pokok masalah yang diteliti. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Menurut Singarimbun dan Efendi (2006:3) penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Metode penentuan lokasi pada penelitian ini dilakukan secara *purposive* di Kelurahan Ketawanggede, Kota Malang. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kelurahan Ketawanggede merupakan salah satu daerah yang di kelilingi beberapa universitas seperti Universitas Brawijaya (UB), Univesitas Negeri Malang (UM), Universitas Islam Negeri Malang (UIN), dan Universitas Islam Malang (UNISMA), dimana adanya perguruan tinggi tersebut membuat wilayah Ketawanggede ramai dipenuhi pendatang dan mempunyai efek munculnya berbagai macam tempat berkumpul atau tempat bersantai seperti warung kopi untuk mahasiswa melepas penat atau usaha yang berhubungan dengan aktivitas merokok lainnya seperti warung makan, toko kelontong, dan sebagainya. Dengan demikian berbagai karakteristik orang berpotensi sebagai responden di daerah tersebut. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2013.

4.2 Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden pada penelitian ini menggunakan populasi masyarakat yang berada di area Kelurahan Ketawanggede, Kota Malang pada saat penelitian berlangsung. Populasi menurut Sugiyono (2008:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua pada populasi misalnya keterbatasan dan, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk memperkecil populasi dikarenakan adanya faktor keterbatasan tenaga dan waktu, maka dalam penelitian ini menggunakan sampel yang mewakili. Sugiyono (2008:81) menambahkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan dengan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:84-85). Metode ini digunakan dengan alasan banyaknya populasi konsumen tetap dan responden pernah mengonsumsi produk rokok Gudang Garam *International* tidak diketahui secara pasti. Metode ini didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subyektif yang artinya berdasarkan penilaian peneliti untuk memberikan kuisisioner pada orang-orang yang kebetulan dijumpai di Kelurahan Ketawanggede, sesuai tempat yang dipilih berdasarkan pertimbangan sebelumnya dan tidak pada penggunaan teori probabilitas. Pada penelitian ini responden yang dipilih adalah konsumen tetap dan responden yang minimal memiliki pengetahuan ataupun pernah mengonsumsi produk rokok Gudang Garam *International*. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuisisioner atribut rokok Gudang Garam *International* kepada responden.

Responden merupakan penjawab pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian dalam bentuk wawancara maupun kuisisioner. Besarnya responden pada penelitian ini berdasarkan pada pendapat Maholtra 2005 (*dalam* Muhaimin, 2010:177) yaitu jumlah responden paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel atau item yang digunakan dalam penelitian. Sehingga jumlah responden yang dianggap representatif terhadap populasi adalah 55 responden karena penelitian ini terdiri dari 11 variabel yang dikalikan 5. Pemilihan responden didasarkan atas batasan masalah yakni pada responden berjenis kelamin laki-laki

dengan batasan usia produktif yakni 18-50 tahun. Hal ini di karenakan berdasarkan pertimbangan yang menyukai rokok Gudang Garam *International* adalah responden laki-laki dan usia produktif dipilih karena menurut RISKESDAS 2010 (diakses melalui <http://litbang.depkes.go.id>) bahwa usia produktif merupakan perokok tertinggi di Indonesia.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat mempengaruhi kualitas data hasil penelitian karena berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk pengumpulan data. Pengumpulan data menurut Sugiyono (2008:137) dapat dilakukan dengan berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber primer pada penelitian ini adalah penelitian langsung di lapang menggunakan kuisioner yang disebar kepada responden.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber sekunder pada penelitian ini adalah Studi kepustakaan (*Library Research*) dengan membaca buku-buku dan majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun thesis mengenai sikap dan perilaku konsumen sebagai acuan penelitian terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang dapat membantu hasil dari penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara menggunakan bantuan kuisioner (angket). Menurut Sugiyono (2008:142), kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode ini dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para konsumen rokok Gudang Garam *International* di Kelurahan Ketawanggede Kota Malang.

4.4 Metode Analisis Data

Untuk mengolah suatu data dalam penelitian, diperlukan metode analisis data. Hal ini dimaksudkan agar memperoleh kesimpulan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga proses penyederhanaan data memperoleh hasil optimal serta mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2008:7), sedangkan pendekatan penelitian kuantitatif menurut Idrus (2009:29) merupakan hasil perpaduan Mazhab Marburg yang berkolaborasi dengan aliran filsafat positivisme lebih banyak menekuni ilmu-ilmu tua (*old paradigm*), ilmu-ilmu kelamaan.

4.4.1 Metode Kuantitatif

1. Uji Cochran Q-Test

Uji Cochran Q-test menurut Simamora (2004:317) digunakan untuk menguji hipotesis komparatif k sampel berpasangan. Data yang dibutuhkan berjenis nominal dengan sifat dikotomi misalnya ya tidak, baik buruk, setuju tidak setuju, dan seterusnya. Data diberi simbol 0 dan 1 untuk mengklasifikasikan atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk rokok yaitu:

0 = untuk persepsi tidak dipertimbangkan, dan

1 = untuk persepsi dipertimbangkan.

Adapun parameter yang di uji adalah proporsi. Oleh karena itu uji ini juga dapat digolongkan uji proporsi.

Rumus yang digunakan:

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{i=1}^k c_i^2 - \left(\sum_{i=1}^k c_i \right)^2 \right]}{k \sum_{j=1}^m R_j - \sum_{j=1}^m R_j^2}$$

Dimana :

Q = Q hitung

k = jumlah atribut yang diuji yaitu berjumlah 11 atribut (label, pita cukai, desain, harga, merek, isi, aroma, rasa, ukuran, jenis, serta kandungan nikotin dan tar)

i = atribut ke-i

- j = responden ke- j
 R_j = jumlah jawaban YA pada semua atribut reponden ke- j
 C_i = jumlah jawaban YA pada atribut ke- j untuk semua responden
 n = jumlah sampel yang diuji yaitu 55 orang

Kriteria uji cochran adalah jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima, artinya terdapat hubungan antar variabel yang diteliti dan jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya tidak terdapat hubungan antar variabel yang diteliti. Setelah diperoleh data maka dilakukan tabulasi data dengan nilai skor 1 untuk jawaban YA dan nilai skor 0 untuk jawaban TIDAK. Rumus pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

H_0 : semua atribut mempunyai proporsi jawaban YA yang sama

H_a : semua atribut yang di uji mempunyai proporsi jawaban YA yang berbeda

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika Q hitung $> \chi^2$ tabel maka tolak H_0 dan terima H_a

Hal ini berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua atribut. Artinya adalah belum ada kesepakatan di antara responden tentang atribut yang memang benar-benar dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk membeli produk rokok Gudang Garam *International*. Dengan hasil ini, maka perlu dilakukan pengujian yang selanjutnya dengan cara membuang atribut dengan jumlah jawaban YA terkecil.

- b. Jika Q hitung $< \chi^2$ tabel maka terima H_0 dan tolak H_a

Hal ini berarti proporsi jawaban YA sudah sama pada semua atribut yang artinya bahwa responden telah sepakat pada atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam memutuskan membeli produk rokok Gudang Garam *International*.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai Q hitung dengan nilai χ^2 tabel atau Chi Square tabel. Derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari χ^2 tabel adalah $dk = \text{jumlah atribut} - 1$, dengan taraf signifikan 5 persen. Dari hasil tersebut akan diperoleh Q hitung yang akan dibandingkan dengan χ^2 tabel. Jika hasil analisis belum dapat memenuhi hipotesis maka harus dilakukan pengujian yang selanjutnya. Pengujian ini dilakukan dengan cara menghapus satu atribut yang mempunyai jawaban YA terkecil. Setelah itu dilakukan dengan pengujian Cochran Q test ulang. Pengujian Cochran Q Test ini dilakukan sampai dipenuhi hipotesis di mana semua atribut sudah disepakati

sebagai atribut yang dipertimbangkan dalam pembelian produk rokok Gudang Garam *International* (Sukristiyantik, 2007:51-52).

2. Uji Validitas

Dalam suatu penelitian, bagaimana data yang diperoleh akurat dan objektif adalah sesuatu yang sangat penting. Agar data yang dikumpulkan benar-benar berguna, maka alat ukur yang digunakan harus valid dan reliabel. Menurut Ancok (*dalam* Singarimbun dan Efendi, 2006:122) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sugiyono (2008:121) juga menambahkan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Apabila peneliti menggunakan kuisioner dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur.

$$r = \frac{N \left(\sum_{i=1}^N X_i Y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^N X_i \right) \left(\sum_{i=1}^N Y_i \right)}{\sqrt{\left[N \sum_{i=1}^N X_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N X_i \right)^2 \right] \left[N \sum_{i=1}^N Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N Y_i \right)^2 \right]}}$$

Dimana :

- r = Nilai korelasi Pearson Product Moment X dan Y
- N = Jumlah responden (55 orang)
- X = Skor dari tiap atribut produk (1-5)
- Y = Skor total atribut

Apabila koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar atau sama dengan koefisien dari tabel nilai kritis r yaitu pada taraf signifikan 5 persen, maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid. Taraf signifikan atau α sebesar 5 persen berarti hasil dari analisis yang dilakukan nantinya akan menghasilkan koefisien keyakinan atau kepercayaan sebesar 95 persen.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Data dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 0,05 atau sebesar 5 persen, dan dinyatakan tidak valid jika r hitung $<$ r tabel dengan taraf signifikan 0,05 atau sebesar 5 persen. Taraf signifikansi 5 persen maksudnya adalah setiap 100 persen data yang diperoleh tingkat kesalahannya adalah 5 persen.

b. Uji validitas ini menggunakan analisis butir yaitu dilakukan dengan cara mengorelasikan skor pada *item* dengan skor total *item*-nya. Apabila skor *item* memiliki korelasi positif yang signifikan, berarti *item* tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut. Uji validitas pada penelitian ini dihitung menggunakan program SPSS.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Singarimbun dan Efendi, 2006:140).

Nilai α (*Cronbach Alpha*) dicari menggunakan program komputer SPSS dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Maka bila nilai R hitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat α tertentu, maka data dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi. Simamora 2004 (*dalam* Oktaviani, 2010:56) menjelaskan bahwa pada uji reliabilitas, digunakan kriteria:

- a. Jika α positif dan $\alpha > r$ tabel, butir atau variabel tersebut reliabel maka data dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang tinggi.
- b. Jika α positif tetapi $\alpha < r$ tabel, butir atau variabel tersebut tidak reliabel maka data dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang rendah.

4. Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen

a. Model Sikap Multiciri Atribut Fishbein

Menurut Mowen dan Minor (2002:332) semua model multiatribut yang berbeda telah dikembangkan untuk memprediksikan sikap konsumen terhadap obyek, di mana suatu model yang mendapatkan paling banyak perhatian dari konsumen dan para peneliti pemasaran adalah model sikap terhadap obyek

(*attitude-toward-the-object-model*) atau model Fishbein. Model ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang memprediksi sikap. Komponen pertama adalah kepercayaan utama yang dimiliki seseorang terhadap sebuah obyek. Kedua adalah kekuatan kepercayaan di mana obyek memiliki atribut yang dipertanyakan. Ketiga adalah mengevaluasi setiap atribut utama. Peringkat evaluasi ini memberikan penilaian tentang kebaikan atau keburukan atribut utama. Secara simbolis model sikap Fishbein diformulasikan dalam bentuk :

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

Dimana :

- AB = Sikap terhadap atribut rokok Gudang Garam *International* secara keseluruhan
- b_i = Skor kepercayaan yang berkaitan apakah atribut rokok Gudang Garam *International* memiliki beberapa atribut ke- i tertentu
- e_i = Skor evaluasi pada atribut produk atribut ke- i
- n = Jumlah atribut produk yang dimiliki
- i = Atribut produk yang diuji

Dari hasil analisis Cochran Q-test diperoleh hasil mengenai atribut-atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam konsumen, maka langkah yang pertama dari analisis sikap ini adalah menganalisis dimensi evaluatif (e_i) di mana hal ini menjelaskan tentang seberapa besar tingkat kepentingan atribut-atribut produk pada rokok menurut responden. Langkah selanjutnya adalah menentukan komponen b_i di mana b_i adalah komponen yang menggambarkan seberapa besar nilai kepercayaan responden terhadap atribut yang dimiliki oleh rokok Gudang Garam *International*. Kepercayaan ini diukur dengan skala Likert di mana pengukuran b_i adalah dengan cara seberapa tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut rokok Gudang Garam *International*. Kepercayaan ini diukur dengan tanggapan responden terhadap atribut-atribut rokok Gudang Garam *International* tersebut memang benar dirasakan oleh konsumen setelah konsumen melakukan pembelian.

Untuk mengestimasi sikap terhadap rokok Gudang Garam *International* maka digunakan rumus pengukuran sikap. Besarnya nilai AB diperoleh dengan cara setiap skor kepercayaan terlebih dahulu dikalikan dengan skor evaluasi yang sesuai sehingga akan dihasilkan total skor untuk sikap konsumen terhadap rokok Gudang Garam *International*. Dari perhitungan yang dilakukan akan diperoleh

skor sikap yang diperlukan interpretasi untuk membuat angka tersebut mempunyai arti. Untuk dapat menginterpretasikan angka-angka yang diperoleh, maka diperlukan suatu skala interval sehingga akan terlihat perbedaan setiap angka yang diperoleh. Skala interval sikap ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Skala interval} = \frac{(m - n)}{b}$$

Dimana:

- m = skor tertinggi AB yang mungkin terjadi
- n = skor terendah AB yang mungkin terjadi
- b = jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

Pada penelitian ini digunakan skala 3 yang dikategorikan sebagai berikut: negatif, netral, dan positif.

b. Model Maksud Perilaku (Teori *Reasoned Action*)

Analisis teori *reasoned action* merupakan analisis pengukuran sikap yang lebih menekankan kepada maksud untuk berperilaku dan menilai kepercayaan konsumen yang membentuk perilaku karena lebih memikirkan akibat dari tindakan yang dilakukan. Analisis ini dibentuk oleh dua komponen yaitu sikap dan norma subjektif. Hubungan antara maksud perilaku dan dua komponen yang saling membentuknya dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$B \approx BI = W_1(AB) + W_2(SN)$$

Dimana :

- B = perilaku aktual
- BI = maksud perilaku konsumen dalam pembelian rokok Gudang Garam *International*
- AB = sikap terhadap atribut rokok Gudang Garam *International*
- SN = norma subjektif terhadap perilaku
- W_1, W_2 = bobot yang menyatakan pengaruh relatif terhadap maksud perilaku

Norma subjektif dibentuk oleh dua komponen yaitu keyakinan normatif individu bahwa kelompok atau seseorang yang menjadi preferensi menginginkan individu tersebut untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perbuatan dan yang kedua adalah motivasi individu untuk menuruti keyakinan normatif tersebut. Secara matematis, kedua komponen tersebut membentuk norma subjektif dengan rumusan sebagai berikut:

$$SN = \sum_j^k n_j m_j$$

Dimana:

- SN = norma subjektif individu terhadap perilaku pembelian rokok Gudang Garam *International*
- n_j = keyakinan normatif individu
- m_j = motivasi individu
- k = jumlah kelompok referensi
- j = kelompok referensi ke-j

Penentuan bobot W_1 dan W_2 secara matematis yaitu:

$$W_1 = \frac{GMAB}{GMAB + GMSN} \quad W_2 = \frac{GMSN}{GMAB + GMSN}$$

$$GMAB = \frac{\sum b + \sum e}{2 \sum n} \quad GMSN = \frac{\sum nj + \sum mj}{2 \sum k}$$

Dimana:

- GMAB = Grand Mean Sikap
- GMSN = Grand Mean Norma Subjektif
- b = tingkat kepercayaan pada atribut produk
- e = tingkat kepentingan pada atribut produk
- n = jumlah atribut sikap
- n_j = keyakinan normatif dari pengaruh kelompok referensi
- m_j = motivasi responden dari pengaruh kelompok referensi
- k = jumlah atribut norma subjektif

Dari perhitungan yang telah dilakukan akan diperoleh skor perilaku sehingga diperlukan interpretasi agar angka yang dihasilkan tersebut mempunyai arti. Untuk itu diperlukan skala interval yang dapat diperoleh dengan rumus :

$$\text{Skala interval} = \frac{(m - n)}{b}$$

Dimana:

- m = skor tertinggi BI yang mungkin terjadi
- n = skor terendah BI yang mungkin terjadi
- b = jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

Pada penelitian ini digunakan skala 3 yang dikategorikan sebagai berikut: tidak bermaksud untuk membeli, ragu-ragu untuk membeli, dan bermaksud untuk membeli.

4.4.2 Metode Kualitatif

1. Analisis Deskriptif

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan dengan kalimat secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta, sirat, serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran data yang diperoleh dan menginterpretasikan data tersebut dalam kalimat agar lebih mudah dimengerti.

