

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **A. Obyek dan Subyek Penelitian**

Obyek dalam penelitian ini adalah Hand & Body Lotion Vaseline. dengan subyek penelitian para Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Hand & Body Lotion Vaseline. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 110 orang, dengan alasan bahwa jumlah sampel tersebut diprediksi sudah dapat mewakili jumlah populasi yang ada.

#### **B. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang langsung diperoleh dari sumber asli melalui survey dalam bentuk daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden yaitu Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Hand & Body Lotion Vaseline. Data primer dalam penelitian ini terkait dengan sikap, norma subyektif dan niat beli.

#### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

##### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono (2007) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di-

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Hand & Body Lotion Vaseline.

#### **b. Sampel**

Menurut Sugiyono (2007) definisi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*, dimana sampel dalam penelitian ini adalah para mahasiswa wanita Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Hand & Body Lotion Vaseline. Sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah representatif untuk kebanyakan penelitian survey (Sekaran, 2000). Berdasarkan penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 110 responden.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Kuesioner**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh data-data primer yang dibutuhkan. Peneliti merancang dan mengedarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden untuk memberikan tanggapannya terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Data diperoleh melalui kuesioner yang dijawab responden terhadap pernyataan yang dibuat tentang sikap konsumen, norma subyektif konsumen dan niat beli konsumen. Skala pengukuran yang dilakukan

adalah dengan menggunakan skala likert 5 poin. Pengukuran yang dilakukan seperti pada tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### **b. Tinjauan Literatur**

Tinjauan literatur atau studi pustaka dilakukan dalam rangka memperoleh data-data sekunder. Sumber-sumber data sekunder antara lain adalah buku-buku yang berisi teori yang relevan dengan penelitian, sumber-sumber di internet yang berkaitan dengan penelitian, majalah dan lain-lain.

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini menggunakan dua atribut variabel independent yaitu

variabel sikap (*attitude*) dan variabel konflik. Sedangkan variabel dependen

pada penelitian ini adalah niat. Definisi operasional penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Sikap

Menurut Dharmmesta dan Handoko (1997) dalam Setyawan (2008), sikap seseorang adalah keadaan mudah terpengaruh untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan, yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut. Sikap dalam penelitian ini timbul dari dimensi keyakinan dan evaluasi. Keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang. Sedangkan evaluasi / penilaian merupakan bagaimana konsumen mengolah informasi sampai pada pilihan merek.

Variabel sikap konsumen ( $X_1$ ) akan menggunakan instrument yang berasal dari dimensi keyakinan dan evaluasi / penilaian. Masing-masing dimensi berisi tujuh pertanyaan dengan indikator yaitu :

- a. Harga
- b. Promosi
- c. Tempat untuk memperoleh
- d. Kelengkapan produk
- e. Keamanan dalam pemakaian
- f. Keyakinan dalam menggunakan

g. Kualitas yang baik

## 2. Norma Subyektif

Dalam penelitian ini variabel norma subyektif ( $X_2$ ) akan menggunakan instrument yang berasal dari dimensi keyakinan normative dan motivasi menuruti referen. Keyakinan normatif yaitu keyakinan bahwa orang lain berpendapat bahwa konsumen sebaiknya melakukan perilaku tertentu. Motivasi menuruti referen, merupakan motivasi untuk menuruti orang lain. Kelompok referensi bagi seseorang adalah kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku seseorang (Kotler, 2002).

Keyakinan normatif dan motivasi menurut referen masing-masing terdiri dari tiga pertanyaan dengan indikator yaitu :

- a. Keyakinan dan motivasi keluarga
- b. Keyakinan dan motivasi teman
- c. Keyakinan dan motivasi tetangga

## 3. Niat

Niat dapat didefinisikan sebagai dorongan oleh suatu keinginan, setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Variabel niat ( $X_3$ ) dalam penelitian

ini setelah membandingkan akan menggunakan instrument yang berisi tujuh indikator pertanyaan yaitu :

- a. Harga
- b. Promosi
- c. Kemudahan untuk memperoleh
- d. Kelengkapan produk
- e. Keamanan dalam pemakaian
- f. Keyakinan dalam menggunakan
- g. Kualitas

## **F. Uji Kualitas Instrummen**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian dengan tujuan menguji ketepatan dalam menggunakan suatu alat ukur tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Dalam hal ini, peneliti menggunakan pendekatan *construct validity*, yaitu untuk menguji apakah suatu instrument mampu mengukur *construct* sesuai dengan peneliti harapkan (Ghozali, 2006). Hasil pengukuran dianggap valid apabila nilai korelasi Pearson menunjukkan taraf

Uji reliabilitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif (Rahmawati, dkk, 2005). Ukuran reliabilitas construct ditentukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) masing-masing. Suatu construct atau variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$  (Nunally dalam Ghozali, 2006).

## G. Uji Hipotesa dan Analisis Data

### 1. Analisis Indeks Sikap Fishbein dan Ajzen

Menurut Dharmmesta (1998) dalam Murwanto (2006), teori Fishbein dan Ajzen yaitu metode yang menyatakan bahwa sikap dan norma subyektif bersama-sama menentukan niat pembelian terhadap suatu produk. Hubungan ini dapat dijelaskan dalam persamaan sebagai berikut :

$$B \sim BI = w_1 (A_b) + w_2 (SN)$$

Dimana :

B = perilaku actual seseorang yang merupakan fungsi BI  
(tindakan pembelian)

BI = niat berperilaku (niat untuk melakukan pembelian)

~ = menunjukkan kedua variabel B dan BI dapat berhubungan

A = nilai terkecil perilaku pembelian

SN = norma subyektif berkaitan dengan perilaku pembelian

$w_1, w_2$  = bobot yang menggambarkan pengaruh relative dari  $A_b$  dan SN

Sementara sikap individu terhadap tindakan perilaku spesifik ( $A_b$ ) dinyatakan sebagai berikut :

$$A_b = \sum b_i \cdot e_i$$

Dimana :

$A_b$  = sikap individu terhadap perilaku pembelian.

$b_i$  = keyakinan seseorang jika melakukan perilaku tertentu akan berkonsekuensi tertentu pula.

$e_i$  = evaluasi seseorang terhadap konsekuensi yang akan ditanggung.

Kemudian komponen norma subyektif dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$SN = \sum nb_j \cdot mc_j$$

Dimana :

SN = norma subyektif individual berkaitan dengan perilaku spesifik.

$nb_j$  = keyakinan normative bahwa kelompok acuan



atau orang lain yang dianggap penting berpikir sebaiknya melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu.

$m_{c_j}$  = motivasi seseorang untuk mematuhi pikiran kelompok acuan yang dianggap penting.

## 2. Analisis Koefisien Regresi

### a. Metode Regresi Linier Berganda

Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan menggunakan software SPSS 12.0, melalui analisis Regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent yaitu *sikap konsumen* ( $X_1$ ), *norma subyektif* ( $X_2$ ), terhadap variabel dependent *niat beli* ( $Y$ ). Berganda Regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai

a : Konstanta

$b_1, b_2$  : Koefisien Regresi

e : error

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan masing-masing variabel independen.

Besarnya tingkat signifikan masing-masing variabel dapat diketahui dengan cara melihat *p value* pada uji t. Apabila *p value*  $< \alpha$  (0,05) berarti masing-masing variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Imam Ghozali, 2006). Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0$  : variabel independent ( $X_1, X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a$  : variabel independent ( $X_1, X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

a. Signifikan apabila *p value*  $< \alpha$  (0,05),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima,

b. Tidak signifikan apabila  $p \text{ value} > \alpha (0,05)$ ,  $H_a$  diterima dan menolak  $H_o$ , berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan masing-masing variabel independent.

Untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel independent terhadap variabel dependent dapat diketahui dengan cara melihat  $p \text{ value}$  pada uji t. Apabila  $p \text{ value} < \alpha (0,05)$  berarti masing-masing variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent. Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

$H_o$ : variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a$ : variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

a. Signifikan apabila  $p \text{ value} < \alpha (0,05)$ ,  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. Tidak signifikan apabila  $p \text{ value} > \alpha (0,05)$ ,  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$ , berarti tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- d. Koefisien Determinasi R Square ( $R^2$ )

Analisis ini bertujuan untuk mengukur prosentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Besarnya pengaruh variabel independent dapat diketahui dengan cara melihat besarnya koefisien R Square ( $R^2$ ). Besarnya  $R^2$  antara 0 sampai dengan 1, semakin besar nilai  $R^2$  suatu persamaan regresi maka semakin besar pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2006).