

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah model kuantitatif yang mana hasil penelitian berdasarkan atas responden yang diberi kuisioner dan di isi sesuai dengan pertanyaan yang ada sebagai indikator sehingga dari kuisioner tersebut dapat disimpulkan hasil penelitian yang diambil sample dari suatu populasi.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecendrungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Variabel sikap dihitung berdasarkan 2 (dua) dimensi, yaitu :

a) Keyakinan

Yaitu kepercayaan konsumen terhadap Minuman Teh Pucuk Harum. Keyakinan ini merupakan tanggapan konsumen atas atribut yang ada dalam minuman tersebut. Adapun indikator-indikatornya diperoleh melalui wawancara informal kepada konsumen yang pernah mengkonsumsi minuman Teh Pucuk Harum. Indikatornya adalah rasanya, desain kemasan, kualitas minuman, iklan yang menarik, kemudahan dalam mendapatkan minuman.

b) Evaluasi

Yaitu seberapa penting minuman kemasan Teh Pucuk Harum dimata konsumen. Indikator untuk evaluasi ini harus sama dengan indikator-indikator dari keyakinan, karena diperlukan untuk mengevaluasi keyakinan konsumen akan suatu atribut yang ada pada minuman kemasan Teh Pucuk Harum.

Norma subjektif merupakan sifat eksternal individu yang mempunyai pengaruh terhadap perilaku individu atau perilaku konsumen. Variabel subjektif dapat diukur dari 2 (dua) dimensi, yaitu:

a) Keyakinan Normatif

Yaitu keyakinan konsumen akan mendapat kelompok referensi jika ia berperilaku tertentu. Menurut fisben, indikator dari keyakinan normatif ini adalah keluarga, orang lain, teman dan iklan.

b) Motivasi

Yaitu seberapa jauh konsumen akan menuruti pendapat kelompok referensi indikator dari motivasi harus sama dengan indikator-indikator dari keyakinan normatif.

Tabel 3.2.1. Indikator Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Sikap	1. Keyakinan	a) Rasa b) Kepraktisan c) Kesegaran d) Desain kemasan e) Kualitas minuman f) Harga terjangkau g) Iklan yang menarik h) Kemudahan dalam mendapatkan Teh Pucuk Harum
	2. Evaluasi	a) Rasa b) Kepraktisan c) Kesegaran d) Desain kemasan e) Kualitas minuman f) Harga terjangkau g) Iklan yang menarik Kemudahan dalam mendapatkan Teh Pucuk Harum

Tabel 3.2.2. Indikator Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Perilaku Konsumen	1. Keyakinan Normatif	a) Keluarga b) Teman c) Promosi
	2. Motivasi	a) Keluarga b) Teman c) Promosi

3.3 *Populasi dan Sampel*

a) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi yang sudah pernah mengkonsumsi minuman produk Teh Pucuk Harum lebih dari 1 kali dan di temukan di Kampus STIE MALANGKUCECWARA. Jumlah keseluruhan mahasiswa yang aktif kuliah adalah 1536 orang.

b) Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sample yang dibutuhkan, maka digunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Kesalahan yang ditolerir (10%) untuk mendapatkan sampel dari jumlah

keseluruhan mahasiswa STIE MALANGKUCECWARA.

Purposive sampling yaitu suatu cara pemilihan sejumlah elemen dari populasi untuk menjadi anggota sample, dimana pemilihan dilakukan berdasarkan keputusan terhadap populasi yang memenuhi kriteria yaitu:

- a) Usia >17 thn
- b) Pengkonsumsi minuman kemasan Teh Pucuk Harum > 1 kali

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis didalam mengumpulkan data adalah:

1. Pengamatan (observation)

Yaitu dengan mengamati pada objek penelitian yang telah ditentukan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang diteliti.

2. Kuisisioner

Yaitu cara mengumpulkan data melalui daftar pertanyaan dan penyebaran kuisisioner kepada para konsumen yang pernah mengkonsumsi minuman Teh Pucuk Harum dari jawaban pertanyaan-pertanyaan tersebut diharapkan dapat diketahui reaksi dan pendapat mereka secara langsung sehingga dapat memudahkan dalam mengkaji apa yang menjadi topik dalam penelitian ini.

3.5. Metode Analisis

- 1) Uji Validitas dan reliabilitas setiap Instrumen.
 - a) Validitas

Validitas adalah pertanyaan sampai sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuisisioner dapat mengukur apa yang ingin diukur, dengan memakai teknik korelasi *product moment*, dengan rumus :

$$r = n \frac{(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan : r = korelasi nilai butir dengan nilai total

n = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Suatu pertanyaan dikatakan Valid apabila hasil uji Validitas tersebut di atas 0,361

b) Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur objek atau responden, dengan menggunakan

Cronbach Alpha, dengan rumus:

$$r_{11} = \frac{(k)(1 - \sum ob^2)}{k - 1ot^2}$$

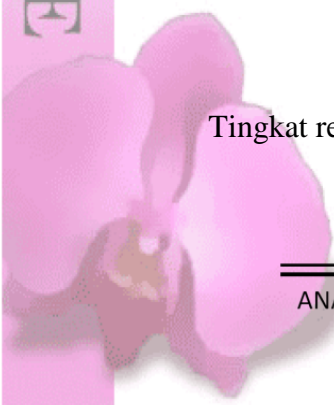
Dimana : r₁₁ = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan

ot² = Varians total

$\sum ob^2$ = Jumlah varian butir

Tingkat reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* diukur berdasarkan skala



alpha 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasi seperti tabel berikut :

Tabel 3.5.1. tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang reliable
> 0,20 – 0,40	Angka reliable
> 0,40 – 0,60	Cukup reliable
> 0,60 – 0,80	Reliable
> 0,80 – 1,00	Sangat reliable

Sumber : Stanislaus S. Uyanto

2) Analisis Deskriptif

Untuk menganalisis sikap terhadap perilaku konsumen minuman Teh Pucuk Harum digunakan skala Likert dengan bobot dan kategori sebagai berikut :

Tabel 3.5.2. Skala Likert

Bobot	Kategori
-2	Sangat tidak setuju
-1	Tidak setuju
0	Netral
1	Setuju
2	Sangat setuju

Sumber : Stanislaus S. Uyanto

3) Analisis Fishbein (sikap dan perilaku)

Untuk membahas permasalahan pertama adalah dengan menghitung sikap konsumen minuman Teh Pucuk Harum dengan menggunakan metode analisa

sikap Fishbein. Langkah-langkah adalah :

- a) Menentukan atribut objek sikap

Antara lain rasa, kesegaran, mudah didapat, harga, kemasan, keamanan.

- b) Menganalisis dimensi evaluatif yang berhubungan dengan setiap atribut.

Selanjutnya, atribut objek sikap dan evaluasinya dimasukkan dalam rumusan

Fishbein, Rumusannya : $Ab = \sum (bi)(ei)$

Dimana : Ab = Sikap individu terhadap objek tertentu.

Bi = Kekuatan keyakinan konsumen bahwa
objek memiliki atribut I

Ei = Evaluasi kepercayaan individu
terhadap konsekuensi mengenai atribut i.

- c) Untuk membahas permasalahan kedua, adalah dengan mengukur maksud perilaku konsumen atau tujuan berperilaku. Rumusnya :

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

Dimana : B = Perilaku

BI = Maksud perilaku

AB = Sikap terhadap pelaksanaan perilaku

SN = Norma subjektif

w_1, w_2 = Bobot yang ditentukan secara empiris menggambarkan pengaruh relatif dari komponen.

- d. Untuk mengukur norma subjektif atau faktor kelompok referensi digunakan rumus dibawah ini :

$$SN = \sum (bi)(mi)$$

Dimana :

SN = Norma subjektif konsumen terhadap kelompok referensi

bi = Keyakinan konsumen terhadap pendapat kelompok
referensi jika berperilaku tertentu

mi = Motivasi konsumen perilaku.

Rumusnya : $B-BI = w1 (AB) + w2 (SN)$

Dimana :

B = perilaku

BI = maksud perilaku

AB = sikap terhadap pelaksanaan perilaku

SN = norma subjek

$W1.W2$ = bobot yang ditentukan secara empiris menggambarkan pengaruh relatif dari komponen.

