

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei yaitu pengumpulan informasi dari responden yang menggunakan kuesioner. Penelitian survei adalah pengumpulan informasi secara sistematis dari para responden dengan maksud untuk memahami atau meramalkan beberapa aspek perilaku dari populasi yang diamati (Soehardi Sigit, 2003)

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah subyek yang diteliti yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2004). Populasi yang menjadi target penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi produk minuman isotonic Pocari Sweat dan Mizone.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Gay and Diehl (Soehardi Sigit, 2003), ukuran sampel yang diterima tergantung pada jenis penelitian, ukuran minimum pada penelitian korelasional sebanyak 30 subyek. Dalam penelitian ini sampel penelitian adalah sebagian konsumen yang mengkonsumsi produk minuman isotonik Pocari Sweat dan Mizone. Sampel ini terbagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok responden

yang mengetahui Pocari Sweat sebagai merek pionir (kelompok 1) dan kelompok responden yang tidak mengetahui Pocari Sweat sebagai merek pionir (kelompok 2). Dalam penelitian ini sampel adalah sebanyak 100 orang.

3. Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampel *Nonprobabilitas Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2004). Dalam *Nonprobabilitas Sampling*, pemilihan unit sampling didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subyektif dan tidak pada penggunaan teori probabilitas (Santoso dan Tjiptono, 2001). Jenis *Nonprobabilitas Sampling* yang digunakan yaitu *Convenience Sampling* atau sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004).

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini

data primer diperoleh langsung dari kuesioner yang telah diisi oleh responden.

2. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan cara kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2004). Kuesioner diberikan kepada sebagian konsumen Pocari Sweat dan Mizone di kota Yogyakarta dengan terlebih dahulu menanyakan pengetahuan responden tentang merek pionir dan merek pengikut sebelum membagikan kuesioner.

D. Definisi Operasioanal Variabel

1. Variabel independent

Variabel independen penelitian dalam penelitian ini adalah sikap konsumen. Sikap merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu obyek. Sikap konsumen adalah faktor psikologis penting yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku, bahkan sikap dipandang sebagai prediktor yang efektif untuk mengetahui perilaku konsumen.

Sikap diukur dari perkalian antara keyakinan dan evaluasi, dengan persamaan berikut ini :

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

Dimana :

A_b = Sikap konsumen terhadap Pocari Sweat dan Mizone

b_i = Kepercayaan konsumen terhadap atribut Pocari Sweat dan Mizone

e_i = Evaluasi konsumen terhadap atribut Pocari Sweat dan Mizone

n = jumlah atribut

Sikap terhadap produk minuman isotonik meliputi : (Astuti dan Suryatiningsih, 2009):

a. Manfaat, terdiri dari :

- 1) memberikan kesegaran
- 2) menghilangkan rasa haus
- 3) mengganti cairan tubuh yang hilang
- 4) memulihkan stamina tubuh
- 5) memberi tambahan vitamin
- 6) menggantikan ion-ion tubuh
- 7) meningkatkan konsentrasi
- 8) memberikan manfaat yang efektif

b. Kemasan, terdiri dari :

- 1) warna kemasan
- 2) bentuk kemasan
- 3) ukuran kemasan

- 4) praktis
 - 5) pesan pada kemasan mudah dibaca
- c. Produk, indikatornya adalah
- 1) variasi rasa (rasa produk)
 - 2) tidak mengandung pengawet
- d. Distribusi, indikatornya adalah mudah didapat
- e. Harga, indikatornya harga terjangkau
- f. Citra merek, indikatornya adalah :
- 1) citra produk yang baik
 - 2) meningkatkan gengsi

2. Variabel dependen

Variabel dependent dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah hasil dari suatu proses yang terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli. Indikatornya : (Hawkins, 2006)

- a) Melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan
- b) Adanya informasi yang cukup tentang produk minuman isotonik sebelum melakukan pembelian
- c) Melakukan pembelian, setelah membandingkan dengan produk yang lain
- d) Melakukan pembelian produk berdasarkan pengalaman sebelumnya

- e) Merasakan banyak manfaat setelah melakukan pembelian minuman isotonik
- f) Merekomendasikan kepada orang lain

E. Pengukuran variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2004). Skala Likert menggunakan lima tingkatan jawaban dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut

Tabel 3.1. Skala Pengukuran

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

F. Metode Pengujian Instrumen

Untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini akan digunakan uji statistik sebagai berikut :

- a). Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali,2005). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur

Teknik analisis data untuk uji validitas menggunakan analisis korelasi product moment. Korelasi product moment dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item pertanyaan atau skor total dari seluruh item pertanyaan. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan pada level 5%. Bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas.

Berdasarkan perhitungan, tingkat signifikan r hitung pada taraf signifikan 5% maka interpretasinya sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{xy} \geq r$ tabel, maka butir tersebut valid.
- 2) Jika $r_{xy} < r$ tabel , maka butir tersebut tidak valid.

Nilai r tabel dapat dilihat pada lampiran, berpedoman pada nilai derajat kebebasan atau DF. DF dihitung dari jumlah responden dikurangi 2 ($30-2=28$). Pada DF = 28 dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh r tabel 1 sisi adalah sebesar 0,306.

Uji Validitas dilakukan menggunakan data trayout sebanyak 30 responden, yang bertujuan agar jika terdapat butir-butir pertanyaan yang dinyatakan gugur dapat dilakukan perbaikan pada kuesionernya, sebelum dilakukan pengambilan data 100 responden. Hasil uji validitas 30 responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas

No. Butir	Keyakinan			Evaluasi		
	r xy	r tabel	Keterangan	r xy	r tabel	Keterangan
1	.870**	0.306	Valid	.837**	0.306	Valid
2	.785**	0.306	Valid	.838**	0.306	Valid
3	.884**	0.306	Valid	.839**	0.306	Valid
4	.862**	0.306	Valid	.848**	0.306	Valid
5	.881**	0.306	Valid	.749**	0.306	Valid
6	.849**	0.306	Valid	.804**	0.306	Valid
7	.886**	0.306	Valid	.820**	0.306	Valid
8	.924**	0.306	Valid	.851**	0.306	Valid
9	.846**	0.306	Valid	.888**	0.306	Valid
10	.920**	0.306	Valid	.729**	0.306	Valid
11	.889**	0.306	Valid	.838**	0.306	Valid
12	.873**	0.306	Valid	.853**	0.306	Valid
13	.842**	0.306	Valid	.857**	0.306	Valid
14	.698**	0.306	Valid	.662**	0.306	Valid
15	.854**	0.306	Valid	.658**	0.306	Valid
16	.637**	0.306	Valid	.710**	0.306	Valid
17	.643**	0.306	Valid	.601**	0.306	Valid
18	.681**	0.306	Valid	.610**	0.306	Valid
19	.641**	0.306	Valid	.530**	0.306	Valid
Keputusan Pembelian						
1	.863**	0.306	Valid			
2	.863**	0.306	Valid			
3	.885**	0.306	Valid			
4	.804**	0.306	Valid			
5	.691**	0.306	Valid			
6	.488**	0.306	Valid			

Sumber : Data primer diolah, 2012

Berdasarkan Tabel 3.1 menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dapat dinyatakan valid karena memiliki r hitung $>$ r tabel (0,306).

b) Analisis Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali,2005). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali,2005). Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (Ghozali,2005:) :

Hasil *Alpha Cronbach* $>$ 0,60 = reliabel

Hasil *Alpha Cronbach* $<$ 0,60 = tidak reliabel

Hasil Uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Crobach's Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Keyakinan	0,969	0,6	Reliabel
Evaluasi	0,956	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,864	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer, 2011

Berdasarkan Tabel 3.2 menunjukkan bahwa seluruh variabel sikap yang diukur dari keyakinan dan evaluasi, dan keputusan pembelian memiliki koefisien Alpha Cronbach's $> 0,6$ sehingga dapat dinyatakan reliabel.

F. Model dan Teknik Analisis Data

1) Model Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan dua analisis yaitu sebagai berikut :

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif disusun berdasarkan hasil survey dan mempunyai peranan penting, karena mampu memberikan gambaran mutlak jika data benar, mudah dipahami dan dimengerti (Wardayanti, 2006).

b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau scoring (Sugiyono, 2004).

2) Teknik Analisis Data

Model yang cocok untuk mengukur sikap terhadap Pocari Sweat sebagai merek pionir dan Mizone sebagai merek pengikut adalah *Attitude-toward-Object Model dari Fisbein* dengan rumus sebagai berikut:

$$Ab = \sum_{i=1}^n bie_i$$

Dimana :

Ab = Sikap konsumen terhadap Pocari Sweat dan Mizone

bi = Kepercayaan konsumen terhadap atribut Pocari Sweat dan Mizone

ei = Evaluasi konsumen terhadap atribut Pocari Sweat dan Mizone

n = jumlah atribut

3) Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 diuji dengan menggunakan rumus uji *paired sample t-test*. Penelitian ini dilakukan pada seluruh responden yaitu orang yang pernah mengkonsumsi produk pionir dan bukan pionir dan

penelitian ini mengukur sikap setiap responden terhadap kedua merek tersebut. Uji *paired sample t-test* digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan rata-rata antara sikap konsumen pada merek pioner dan bukan pioner.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Jika probabilitas (Sig.t) $\leq 0,05$, maka H1 diterima yang berarti terdapat perbedaan rata-rata antara sikap konsumen pada merek pioner dan bukan pioner

Jika probabilitas (Sig.t) $> 0,05$, maka H1 ditolak yang berarti tidak terdapat perbedaan rata-rata antara sikap konsumen pada merek pioner dan bukan pioner

b. Uji Hipotesis 2

Uji *independent sample t-test* digunakan untuk mengukur perbedaan rata-rata dua sample dari populasi yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji *independent sample t-test* dilakukan untuk mengukur perbedaan sikap antara responden dalam kelompok 1 yaitu responden yang mengetahui merek pioner dengan kelompok 2 (konsumen yang tidak mengetahui bahwa merek pioner), sehingga dapat terlihat seberapa besar perbedaan sikap konsumen yang disebabkan oleh pengetahuan konsumen tentang merupakan merek pionir.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Jika probabilitas (Sig.t) $\leq 0,05$, maka H2 diterima yang berarti terdapat perbedaan rata-rata sikap konsumen terhadap merek Pioneer antara konsumen yang mengetahui dengan konsumen yang tidak mengetahui produk pioner

Jika probabilitas (Sig.t) $> 0,05$, maka H2 ditolak yang berarti tidak terdapat perbedaan rata-rata sikap konsumen terhadap merek Pioneer antara konsumen yang mengetahui dengan konsumen yang tidak mengetahui produk pioner

c. Uji Hipotesis 3

Untuk menguji hipotesis ketiga digunakan analisis regresi linier linier sederhana. Persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + b_1 \text{AoPoc}$$

$$Y = a + b_2 \text{AoMiz}$$

Y = keputusan pembelian

a= konstanta

b1 dan b2 = koefisien regresi

AoPoc = sikap konsumen pada merek pioner

AoMiz = sikap konsumen pada merek pengikut

Kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (sig.t) dengan $\alpha=5\%$.

Jika probabilitas $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika probabilitas $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.