

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri rokok adalah suatu industri yang berpangsa pasar luas. Selain mencakup konsumen yang besar, industri ini juga merupakan industri padat karya (*labour intensive*), mengolah hasil pertanian, dan kontribusi cukainya terhadap penerimaan pemerintah cukup signifikan. Mengetahui kenyataan di atas, jelas industri rokok adalah industri yang berpengaruh dan penting.

Industri rokok sendiri bisa dikategorikan menjadi dua macam, industri rokok kretek dan industri rokok putih (yang untuk selanjutnya kita sebut rokok filter). Industri rokok kretek relatif lebih padat karya dibandingkan industri rokok filter. Hal tersebut dikarenakan dalam industri rokok kretek sebagian besar tetap mempertahankan SKT (Sigaret Kretek Tangan), sedangkan industri rokok filter hampir semuanya menggunakan teknologi mesin (Sigaret Putih Mesin). Perbedaan efisiensi antara keduanya mengakibatkan rokok kretek relatif lebih mahal daripada rokok filter. Sehingga, sejalan dengan tuntutan akan kesehatan yang disosialisasikan berbagai LSM maupun pemerintah yang menginginkan minimalisasi zat-zat yang membahayakan kesehatan dalam rokok, rokok filter tentunya lebih diunggulkan. Namun, konsumen dalam mengkonsumsi rokok tidak hanya menilai dari sisi kesehatan saja, banyak faktor yang menyebabkan seorang

perokok memilih untuk mengkonsumsi sebuah merek rokok, misalnya cita rasa rokok itu sendiri, harga pasaran rokok, efek psikologis dari pengkonsumsian rokok, merek, dst. Faktor-faktor tersebut masuk dalam apa yang dinamakan atribut rokok.

Penelitian ini bermaksud untuk menguraikan apakah pengaruh atribut rokok adalah signifikan terhadap ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian suatu merek rokok. Konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen usia muda. Penulis sengaja memilih segmen usia muda ini dikarenakan kenyataan bahwa konsumen usia muda sangat impulsif terhadap atribut suatu produk dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu penelitian ini mengkhususkan pada kelompok masyarakat usia muda yaitu mahasiswa dengan mengambil judul: **“Pengaruh Atribut Rokok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Yogyakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan meninjau kembali latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang selanjutnya dikaji adalah:

1. Apakah atribut rokok (filter, cita rasa, harga dan merek) berpengaruh secara simultan terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah filter, cita rasa, harga dan merek berpengaruh secara parsial terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta?

1.3. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang masih harus diuji kebenarannya. Dugaan yang dikemukakan dapat dibuktikan maka diterima dan sebaliknya jika tidak dapat dibuktikan maka ditolak.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Atribut rokok (filter, cita rasa, harga dan merek) memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta
2. Atribut rokok (filter, cita rasa, harga dan merek) secara individu (parsial) mempengaruhi minat beli mahasiswa di Yogyakarta

1.4. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti tidak meluas dan melenceng serta untuk menghindari pelbagai hal yang tidak mendukung pencapaian tujuan penelitian, maka peneliti merasa perlu untuk membatasi lingkup permasalahan yang sedang diteliti.

Adapun batasan-batasan ruang lingkup dan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Rokok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rokok filter. Atribut rokok adalah semua atribut yang terdapat dalam suatu kemasan rokok baik itu *tangible* atau *intangibile*, yang dapat mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk rokok.

Dalam penelitian ini sendiri, atribut rokok yang dipakai oleh peneliti meliputi empat atribut yang terdiri dari: filter, cita rasa, harga, dan merek.

2. Responden yang mempunyai peran serta dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang pernah mengkonsumsi rokok filter.
3. Minat Beli dalam penelitian ini adalah minat beli mahasiswa terhadap rokok filter.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai melalui penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah atribut rokok (filter, cita rasa, harga dan merek) berpengaruh secara simultan terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta
2. Untuk mengetahui dan membuktikan apakah filter, cita rasa, harga dan merek berpengaruh secara parsial terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini sendiri bagi penulis merupakan ajang penerapan teori dan pengetahuan yang telah dipelajari, serta merupakan tempat mengusulkan ide penelitian sehingga dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam pengerjaannya.

2. Bagi pihak lain

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai salah satu bahan acuan bagi kepentingan penelitian lebih lanjut dalam masalah serupa.

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di wilayah Yogyakarta.

1.7.2. Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan seorang mahasiswa di Yogyakarta menjadi responden adalah metode *Judgement sampling*.

Judgement sampling adalah salah satu jenis *purposive sampling* di mana peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sendiri yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Peneliti menetapkan tiga kriteria dalam pemilihan sampel dari populasi mahasiswa di Yogyakarta, yaitu:

1. Mahasiswa yang dipilih adalah perokok
2. Mahasiswa yang dipilih setidaknya pernah mengonsumsi rokok filter
3. Mahasiswa berdomisili di Yogyakarta

1.7.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang berjumlah 100 orang yaitu mahasiswa di Yogyakarta yang kebetulan ditemui sedang membeli atau mengkonsumsi atau pernah mengkonsumsi rokok filter.

1.7.4. Variabel dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini variabel independennya adalah atribut rokok yang terdiri dari Filter, Cita Rasa, Harga dan Merek sedangkan variabel dependennya adalah Minat Beli mahasiswa di Yogyakarta.

Adapun, kuesioner yang disusun oleh peneliti ditujukan untuk mendapatkan data yang diperlukan mengenai pengaruh atribut rokok terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta yang membeli atau mengkonsumsi atau pernah mengkonsumsi rokok.

Hasil jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner masih bersifat kualitatif, karena merupakan ekspresi sikap atau nilai rasa responden. Oleh karena itu, untuk dapat dianalisis secara kuantitatif, jawaban dari responden perlu untuk diukur atau diberi skala. Untuk itu peneliti menggunakan skala Likert 1-5, dengan batasan nilai rasa atau tanggapan, dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

- | | |
|-----------------------|-----------|
| 1. Sangat setuju (SS) | bobot = 5 |
| 2. Setuju (S) | bobot = 4 |

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 3. Ragu-ragu (RR) | bobot = 3 |
| 4. Tidak setuju (TS) | bobot = 2 |
| 5. Sangat tidak setuju (STS) | bobot = 1 |

1.7.4.1 One Sample T-test

Menurut Walpole & Myers (1995: 294-297), kuesioner merupakan salah satu alat pengumpulan data statistik. Kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan yang berskala. Skala yang digunakan umumnya bernilai 1-5, tetapi peneliti dapat mempersempitnya atau memperluasnya. Kuesioner dapat disebar secara langsung atau melalui pos kepada responden. Setelah kuesioner yang tersebar terisi oleh responden maka peneliti harus melakukan analisis deskriptif, dalam penelitian ini digunakan *One Sample T-test*. Analisis ini didasarkan pada hasil respon responden secara keseluruhan. Hasil analisis ini berupa respon positif atau negatif dari responden secara keseluruhan. Untuk mengidentifikasi respon responden didasarkan pada nilai rata-rata dibandingkan median/ nilai tengah dari skala yang digunakan dalam kuesioner. Cara pengambilan keputusan:

1. Jika $\text{mean} > \text{median}$ maka respon responden positif (+)
2. Jika $\text{mean} < \text{median}$ maka respon responden (-)
3. Jika $\text{mean} = \text{median}$ berarti responden netral.

Khusus pada butir ke-3 dapat dikatakan responden memberikan respon (+) karena pada realitanya tidak ada responden yang bersifat netral.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

1.7.5.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer artinya sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).

Data diperoleh dari kuesioner yang berupa daftar pertanyaan yang telah terstruktur dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari para mahasiswa sebagai responden yaitu mengenai atribut rokok (filter, cita rasa, harga dan merek) yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli mahasiswa di Yogyakarta.

1.7.5.2. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam prosedur pengumpulan data digunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner

Yaitu berupa daftar pertanyaan yang sudah tersusun rapi atau terstruktur yang dibagikan kepada para mahasiswa di Yogyakarta.

2. Wawancara

Yaitu data dikumpulkan dengan mengadakan wawancara untuk memperoleh keterangan langsung atas pertanyaan sekitar permasalahan yang dibahas.

3. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan langsung kepada obyek yang diteliti guna mencocokkan hasil wawancara, sehingga dapat meyakinkan kebenaran data.

1.8. Metode Pengujian Instrumen

Sebagai sebuah instrumen pengumpul data atau alat test, setiap item pertanyaan pada kuesioner perlu untuk diuji dulu kelayakan penggunaannya. Kuesioner haruslah sah, obyektif, konsisten serta dapat diandalkan. Untuk menguji kelayakan penggunaan kuesioner digunakan dua cara uji dengan sampel untuk pengujian ini sebanyak 30 sampel.

Adapun dua cara uji tersebut:

1.8.1. Uji validitas

Validitas menunjukkan seberapa cermat/tepat tingkat kemampuan suatu instrumen untuk melakukan fungsi ukurnya. Jadi dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas sebuah instrumen, maka semakin cermat/tepat pula fungsi alat tes tersebut dalam mengenai sasaran pokok pengukurannya.

Dengan derajat bebas (db) yang digunakan untuk menguji signifikansi r_{hitung} adalah $n-2$ dan taraf signifikansi 5%, maka apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan sebagai alat tes adalah valid.

Untuk proses perhitungan pengujian validitas ini menggunakan program SPSS 11.0 *for windows*.

1.8.2. Uji reliabilitas

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana pengukuran data yang telah dilakukan dapat memberikan hasil yang relatif tidak mempunyai perbedaan jika dilakukan pengukuran kembali dalam subyek yang sama.

Dengan derajat bebas (db) yang digunakan untuk menguji signifikansi r_{hitung} adalah $n-2$ dan taraf signifikansi 5%, maka apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan sebagai alat tes adalah reliabel.

Untuk proses perhitungan pengujian reliabilitas ini menggunakan program SPSS 11.0 *for windows*.

1.9. Analisis Data

1.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini ditujukan untuk melihat pengaruh atribut rokok terhadap minat beli mahasiswa di Yogyakarta.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

(Dajan, 1986: 325)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Y : nilai variabel dependen dari observasi

a : konstanta

b : koefisien regresi berhubungan dari variabel independen

X : nilai variabel independen dari observasi

Pengujian dengan menggunakan regresi linier berganda adalah pengujian koefisien regresi Filter (X_1), Cita Rasa (X_2), Harga (X_3) dan Merek (X_4) terhadap Minat Beli (Y), di mana hasilnya bisa positif (+) atau negatif (-) yang selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis uji statistik dengan tingkat kepercayaan (α) sebesar 0.05

Analisis regresi linier berganda ini mempunyai tujuan untuk melihat pengaruh atribut rokok yang berupa: Filter, Cita Rasa, Harga dan Merek sebagai variabel independen, terhadap Minat Beli mahasiswa di Yogyakarta sebagai variabel dependen.

Menurut Algifari (2000: 105-107) jika variabel bebas yang digunakan dalam penelitian lebih dari satu maka peneliti dapat menentukan variabel bebas yang dominan terhadap variabel terikatnya dengan cara melihat nilai dari t_{hitung} atau koefisien regresinya. Penjelasan singkatnya sebagai berikut:

1. T_{hitung} indikator ini umumnya digunakan dalam menentukan variabel bebas yang dominan terhadap variabel terikatnya. Caranya dengan melihat nilai t_{hitung} . Variabel bebas yang memiliki nilai tertinggi maka variabel tersebut yang dominan.

2. Jika menggunakan koefisien regresi, variabel bebas dikatakan dominan terhadap variabel terikatnya bila memiliki nilai koefisien terbesar dibandingkan variabel-variabel bebas lainnya.

Dalam menentukan dominansinya, perhatikan pula tanda bilangan baik untuk yang menggunakan t_{hitung} atau koefisien regresi sebagai dasarnya.

Sebelum melakukan uji statistik regresi linier berganda maka data-data yang akan diuji harus memenuhi asumsi-asumsi regresi linier berganda. Asumsi-asumsi tersebut adalah:

1. Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan di mana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) yang erat satu sama lain (Pratisto, 2004: 156)

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Menurut Santoso (2001: 206), pendeteksian adanya multikolinieritas adalah dengan memperhatikan besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

- a Mempunyai nilai VIF di sekitar atau lebih dari angka satu
- b Mempunyai angka *tolerance* mendekati satu

2. Heteroskedastisitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastitas. Dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Santoso (2001: 210), pendeteksian adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit dll), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Normalitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Menurut Santoso (2001: 214), pendeteksian adanya normalitas adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal. Sedangkan dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

4. Autokorelasi

Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (penelitian yang dijalani) dengan kesalahan pada periode $t-1$ (penelitian sebelumnya)

Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Menurut Santoso (2001: 218), pendeteksian adanya autokorelasi adalah besarnya nilai Durbin-Watson (D-W), panduan besarnya angka D-W untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilihat pada tabel D-W.

Namun secara umum dapat diambil patokan:

- a. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif

- b. Angka D-W di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif

1.9.2. Analisis koefisien determinasi multiple (R^2)

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen secara simultan terhadap variasi (naik turunnya) Y. Rumusnya adalah: (Algifari, 2003: 403)

$$R^2 = \frac{b_{12} \sum X_{12}Y + b_{22} \sum X_{22}Y}{\sum Y_1^2}$$

1.9.3. F test

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

1. Menentukan H_0 dan H_a

$$H_0: \beta_1:\beta_2:\beta_3:\beta_4 = 0$$

(variabel independen tidak berpengaruh secara simultan pada variabel dependen)

$$H_1: \beta_1:\beta_2:\beta_3:\beta_4 > 0$$

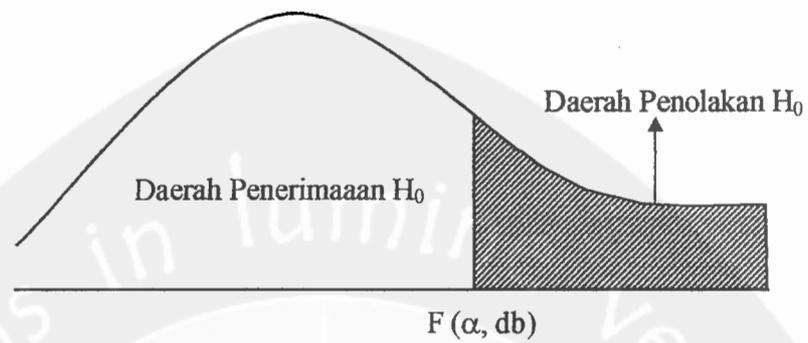
(variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen)

2. *Level of significant* = 5% ($\alpha = 5\%$)

3. Menentukan daerah penerimaan H_0 dan H_1 :

Gambar 1.1

Kurva distribusi F



Derajat kebebasan (db)

$$db_1 = k$$

$$db_2 = n - k - 1$$

di mana:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

4. Menentukan nilai statistik uji F (Kuncoro, 2003: 219):

$$F = \frac{MSR}{MSE} = \frac{SSR/k}{SSE/(n-k)}$$

Di mana SSR = *sum of squares due to regression*

SSE = *sum of squares error*

n = jumlah observasi

k = jumlah parameter (termasuk intersep) dalam model

MSR = *mean square due to regression*

MSE = *mean of square due to error*

5. Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya semua variabel independen yaitu atribut rokok yang terdiri dari: Filter, Cita Rasa, Harga dan Merek serentak mempengaruhi Minat Beli mahasiswa di Yogyakarta sebagai variabel dependen. Dan apa bila nilai F_{hitung} lebih kecil daripada nilai F_{tabel} maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya semua variabel independen yaitu atribut rokok yang terdiri dari: Filter, Cita Rasa, Harga dan Merek serentak tidak mempengaruhi minat beli mahasiswa di Yogyakarta.

1.9.4. Analisis Koefisien Korelasi Parsial (r)

Koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan atau andil dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Rumusnya sebagai berikut: (Algifari, 2003: 376)

$$r^2 = \frac{(\sum X_i Y_i)^2}{\sum X_i^2 \sum Y_i^2}$$

1.9.5. T test

T test digunakan untuk menguji kemampuan tiap-tiap variabel X untuk menjelaskan variabel Y. Pada akhir t test akan diketahui apakah ke empat variabel X tersebut berpengaruh atau tidak terhadap variabel Y.

1. Menentukan H_0 dan H_a

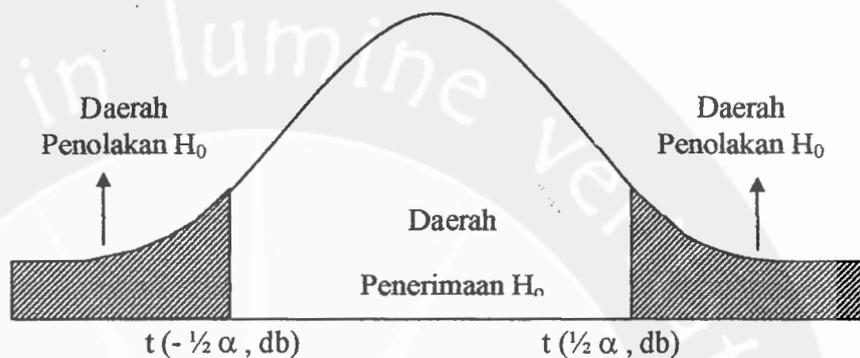
$H_0: \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh X_1 terhadap Y)

$H_1: \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh X_1 terhadap Y)

2. *Level of significant* = 5% ($\alpha = 5\%$)

3. Menentukan daerah penerimaan H_0 dan H_1

Gambar 1.2
Kurva distribusi t



Derajat kebebasan (db) = $n - k - 1$

Di mana:

n : jumlah observasi

k : banyaknya variabel independen

4. Menentukan nilai statistik uji t-ratio: (Kuncoro, 2003: 218-219)

$$t_{X_{1,2,3,4}} = \frac{b_{1,2,3,4}}{Sb_{1,2,3,4}}$$

Di mana:

$t_{X_{1,2,3,4}}$: Nilai t_{hitung} dari masing-masing variabel $x_{1,2,3,4}$.

$b_{1,2,3,4}$: Nilai konstanta masing-masing variabel $x_{1,2,3,4}$

$Sb_{1,2,3,4}$: Standar error untuk masing-masing variabel $x_{1,2,3,4}$

5. Kesimpulan

H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

(Berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh secara individu terhadap minat beli rokok filter mahasiswa di Yogyakarta)

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

(Berarti variabel independen memiliki pengaruh secara individu terhadap minat beli rokok filter mahasiswa di Yogyakarta)

1.10. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB 1 : Pendahuluan

Bab ini berisi pendahuluan dari penulisan skripsi yang mempunyai cakupan: latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, metode analisis data dan sistematika penulisan.

BAB 2 : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang landasan teori dari penulisan skripsi ini yang meliputi uraian teoritis yang berhubungan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti.

BAB 3 : Analisis Data

Bab ini berisi tentang pengolahan data dan analisis data serta penafsiran hasil analisis.

BAB 4 : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil analisis data yang diperoleh. Dan pada akhirnya dari keseluruhan kesimpulan yang telah didapat, akan ditelaah implikasi manajerialnya.

