

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Keseluruhan populasi tidak mungkin dapat diteliti karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu, pengambilan sampel dapat mewakili sebuah populasi (Cooper dan Schindler, 2006). Penentuan jumlah responden ini didasari dari Roscoe (1975) dalam Sekaran dan Bougie (2013) dimana jumlah kuesioner harus 10 kali jumlah butir pertanyaan dalam kuesioner. Jumlah butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini adalah 14 butir pertanyaan. Maka dari itu, responden dalam penelitian ini akan diambil sebanyak 250 sampel dan sampel yang akan digunakan untuk menguji penelitian ini dengan menyebarkan 250 kuesioner.

Metode pemilihan sampel yaitu dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya (Cooper dan Schindler, 2006).

### 3.2 Lokasi Penelitian

Kuesioner akan disebar secara langsung oleh peneliti di wilayah sekitar kota Yogyakarta dan kota Magelang.

### 3.3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perokok dewasa muda (*young adults*). Sedangkan objek dari penelitian ini adalah 3 kemasan bergambar pada bungkus rokok yaitu gambar kanker paru-paru, kanker mulut, dan kanker tenggorokan.



Gambar 3.1

Gambar *pictorial warning* kemasan rokok

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan sekumpulan informasi. Pengertian data dalam bisnis adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Menurut Sekaran dan Bougie (2013) data dapat diperoleh dari data primer dan data sekunder. Sumber data yang dipakai dari penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang merujuk kepada informasi

yang diperoleh secara langsung oleh peneliti mengenai variabel yang akan diteliti untuk tujuan studi tertentu. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran 250 kuesioner kepada perokok di kota Yogyakarta dan kota Magelang. Kuesioner terdiri atas pernyataan tertutup berupa pernyataan-pernyataan yang telah disediakan terkait dengan variabel yang diteliti.

### **3.5 Metode Pengukuran Data**

Setiap butir pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan 5 poin skala *Likert* karena skala ini mudah digunakan untuk penelitian yang berfokus pada objek. Skala *Likert* didesain untuk memeriksa seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan suatu pernyataan (Sekaran dan Bougie, 2013). Penulis memberikan skor 5 pada setiap jawaban Sangat Setuju (SS), skor 4 pada setiap jawaban Setuju (S), skor 3 pada setiap jawaban Netral (N), skor 2 pada setiap jawaban Tidak Setuju (TS), dan skor 1 diberikan pada setiap jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

### **3.6 Definisi Operasional**

Berikut adalah definisi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

#### *1. Pictorial warning*

Menurut Wells *et al.* (2000) *pictorial warning* adalah interaksi konsumen dengan pesan dari pengiklan atau pemasar dengan segala bentuk penyajian berupa gambar, tulisan yang berisikan himbauan dari

pihak perusahaan di televisi maupun media cetak dengan tujuan untuk mengimbau kepada konsumen dalam bentuk penyajian label berupa gambar yang berisikan peringatan dari pihak perusahaan yang tercantum dalam kemasan rokok dengan tujuan untuk memperingatkan kepada konsumen tentang bahaya merokok. Dalam penelitian ini, kuesioner mengenai *pictorial warning* terdiri dari 5 pertanyaan. Tiga pertanyaan diadaptasi dari Karibasappa *et al.* (2011), satu diadaptasi dari Raute *et al.* (2009), dan satu lagi diadaptasi dari Mannoci *et al.* (2014).

## 2. *Evoked Fear*

Spielberger (2010) mengartikan ketakutan adalah *state anxiety* yaitu suatu keadaan / kondisi emosional sementara pada diri seseorang yang ditandai dengan perasaan tegang dan kekhawatiran yang dihayati secara sadar serta bersifat subjektif. Dalam penelitian ini, kuesioner mengenai *evoked fear* terdiri dari 5 pertanyaan. Empat pertanyaan diadaptasi dari Andrews *et al.* (2016) dan satu pertanyaan diadaptasi dari Cameron *et al.* (2015).

## 3. Niat berhenti merokok

Menurut Ajzen (2005) mengartikan niat sebagai disposisi tingkah laku, yang hingga terdapat waktu dan kesempatan yang tepat, akan diwujudkan dalam bentuk tindakan. Dalam penelitian ini, kuesioner mengenai niat berhenti merokok terdiri dari 4 pertanyaan diadaptasi dari Andrews *et al.* (2016)

#### 4. Kemasan

Menurut Kotler (2006) kemasan adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk suatu produk.

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Teknik pengukuran validitas pada penelitian ini yaitu dengan membandingkan  $r$  hitung (*Corrected Item - Total Correlation*) dengan  $r$  tabel. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini dianggap valid atau sah, tetapi jika sebaliknya maka dapat dikatakan item pada kuesioner tidak valid.

#### 3.7.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

Untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan alat ukur *Cronbach Alpha*. Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat reliabel atau tidak. Formula dari *Cronbach's Alpha* dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K - 1} \right) \left( \frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

K = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$  = jumlah varians skor item

$s_x^2$  = varians skor-skor tes (keseluruhan item K)

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data memiliki tiga tujuan, yaitu mendapatkan data, menguji kebenaran data, dan pengujian hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2013). Data yang diperoleh melalui kuisisioner akan diolah dengan menggunakan analisis karakteristik responden, uji regresi linear sederhana, dan uji regresi linear berganda.

### 3.8.1 Karakteristik responden

Analisis statistik karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan responden berdasarkan jenis kelamin, usia, jumlah merokok per hari dan lama mulai merokok. Untuk mempermudah melakukan analisis deskriptif karakteristik responden, peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 17.

### 3.8.2 Analisis regresi linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (variabel independen atau X) terhadap variabel terikat (variabel dependen atau Y). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui apakah *pictorial warning* berpengaruh secara langsung pada niat berhenti merokok, dan apakah *pictorial warning* berpengaruh pada *evoked fear*.

### 3.8.3 Analisis regresi linear berganda

Regresi linear berganda merupakan regresi linear yang melibatkan lebih dari satu variabel independen untuk menjelaskan variabel dependennya. Menurut Cooper dan Schindler (2006), analisis regresi berganda digunakan sebagai alat deskriptif dalam tiga jenis situasi. Pertama, digunakan untuk mengembangkan persamaan yang digunakan untuk memprediksi nilai-nilai untuk variabel kriteria. Kedua, mengontrol variabel

pengganggu untuk lebih mengevaluasi kontribusi terhadap variabel lainnya. Ketiga, untuk menguji dan menjelaskan teori kausal.

Hasil dari regresi linear berganda akan memberikan dua informasi. Pertama, hasil regresi akan menghasilkan *R-Square* ( $R^2$ ) yang menjelaskan seberapa baik seperangkat variabel menjelaskan variabel dependen. Kedua, hasil dari regresi mengukur efek setiap variabel pada variabel dependen. Model dari persamaan regresinya dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + e$$

Dimana Y merupakan variabel dependen dan X1, X2 variabel independennya dan e merupakan variabel gangguan (residual).

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis. Menurut Kuncoro (2003), dalam analisis regresi terdapat 3 jenis kriteria ketepatan (*goodness of fit*):

1. Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Kriteria Pengujian:

- a) Jika probabilitas  $t_{\text{hitung}} > \alpha$  maka tidak signifikan (secara individual variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependennya)

- b) Jika probabilitas  $t_{\text{hitung}} < \alpha$  maka signifikan (secara individual variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependennya)
- $\alpha = 0.05$  (5%)

## 2. Uji Serentak (Uji Statistik F)

Uji Statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria Pengujian:

- a) Jika probabilitas  $F_{\text{hitung}} > \alpha$  maka tidak signifikan, artinya secara keseluruhan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependennya.
- b) Jika probabilitas  $F_{\text{hitung}} < \alpha$  maka signifikan, artinya secara keseluruhan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependennya.

## 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah perangkat yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik. Tidak

seperti  $R^2$ , nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Kriteria Pengujian:

- a) Jika *Adjusted R<sup>2</sup>* > 0,5 maka hubungan antara variabel sangat kuat
- b) Jika *Adjusted R<sup>2</sup>* < 0,5 maka hubungan antara variabel sangat lemah.

#### 3.8.4 Pengujian variabel mediasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2013) variabel mediasi atau *intervening* merupakan variabel perantara, yang berfungsi untuk memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji mediasi digunakan untuk membuktikan bagaimana peranan tingkat ketakutan (*evoked fear*) sebagai variabel pemediasi berfungsi untuk memediasi hubungan antara variabel independen yaitu *pictorial warning* dan variabel dependen yaitu niat berhenti merokok. Menurut Baron dan Kenny (1986), jika variabel independen tidak memiliki pengaruh langsung pada variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator, maka dapat dinyatakan sebagai *perfect* atau *complete mediation*. Sedangkan jika pengaruh variabel independen pada variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator berkurang namun masih tetap signifikan, maka dinyatakan sebagai *partial mediation*.

Terdapat beberapa kriteria untuk menentukan ada tidaknya pengaruh mediasi dalam suatu hubungan menurut Baron dan Kenny (1986), yaitu:

1. Dalam persamaan pertama, variabel independen harus berpengaruh secara signifikan pada variabel mediator
2. Dalam persamaan kedua, variabel mediator harus berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen, dan
3. Variabel independen harus berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen.

Zhao *et.al.* (2010) juga mengembangkan jenis mediasi dari Baron dan Kenny (1986) dengan mengidentifikasi tiga pola konsisten dengan mediasi dan dua pola konsisten tanpa mediasi sebagai berikut:

- a) *Complementary mediation*: pengaruh mediasi ( $a \times b$ ) dan pengaruh langsung ( $c$ ) keduanya ada dan menunjuk pada arah yang sama.
- b) *Competitive mediation*: pengaruh mediasi ( $a \times b$ ) dan pengaruh langsung ( $c$ ) keduanya ada dan menunjuk pada arah yang berlawanan.
- c) *Indirect-only mediation*: terdapat pengaruh mediasi ( $a \times b$ ), tetapi tidak ada pengaruh langsung.
- d) *Direct-only nonmediation*: terdapat pengaruh langsung ( $c$ ), tetapi tidak ada pengaruh tidak langsung.
- e) *No-effect nonmediation*: tidak ada pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung.