

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari tujuh subbab. Dalam subbab 3.1 dipaparkan desain eksperimen. Seluruh variabel penelitian dalam eksperimen, dijelaskan dalam subbab 3.2. Dalam subbab 3.3 dijabarkan tentang kriteria partisipan. *Pilot study* dijelaskan dalam subbab 3.4. Selanjutnya, subbab 3.5 menjelaskan tentang instrumen penelitian. Prosedur penelitian dipaparkan dalam subbab 3.6. Terakhir, hipotesis statistik serta penjelasan metode analisis data dijelaskan dalam subbab 3.7.

### **3.1. Desain Eksperimen**

Eksperimen ini bertujuan untuk melihat pengaruh SM dan identifikasi sebagai orang Indonesia terhadap intensi membeli kaos buatan Indonesia. Penulis tidak melakukan dikotomi pada variabel identifikasi sebagai orang Indonesia. Dalam menganalisis pengaruh ini, penulis menggunakan teknik *multiple regression* yang membutuhkan *raw score* identifikasi sebagai orang Indonesia. Dengan demikian, desain dalam eksperimen adalah 2 (SM: SM tinggi vs SM rendah) x 1 (identifikasi sebagai orang Indonesia) *between – participants*. Dalam eksperimen ini, terdapat tiga kelompok partisipan, yaitu kelompok SM tinggi, SM rendah, dan kontrol. Selain SM dan identifikasi sebagai orang Indonesia, terdapat dua variabel lain yang ikut diukur sebagai penjelasan alternatif, yaitu *mood* dan *consumer ethnocentrism*. Subbab berikutnya akan memaparkan masing-masing variabel.

### **3.2. Variabel Penelitian**

#### **3.2.1. Independent Variable: SM**

SM adalah kondisi dimana pikiran kematian berada dalam aksesibilitas tinggi tetapi terjadi secara tidak disadari atau di luar atensi individu saat ini. Dalam penelitian ini, SM divariasikan menjadi SM tinggi dan SM rendah. SM tinggi dimanipulasi dengan pertanyaan yang menyangkut tentang kematian, yaitu “Tolong tuliskan dengan singkat emosi apa saja yang timbul saat Anda

memikirkan tentang kematian Anda” dan “Tuliskan apa saja yang akan terjadi pada tubuh Anda pada saat Anda meninggal dunia, dan setelah Anda meninggal dunia”. Sedangkan, SM rendah dimanipulasi dengan pertanyaan yang menyangkut tidak naik kelas, yaitu “Tolong tuliskan dengan singkat emosi apa saja yang timbul saat Anda memikirkan bahwa Anda tidak naik kelas” dan “Tuliskan apa saja yang akan terjadi pada diri Anda jika Anda mengalami tidak naik kelas”.

SM tinggi dibuktikan dengan kemampuan partisipan membentuk kata-kata yang berhubungan dengan kematian setelah melalui proses distraksi. Proses distraksi berfungsi membuat pikiran kematian berada di luar atensi partisipan (Pyszczynski *et al.* 1999). Partisipan diminta melengkapi huruf pada kata yang tidak lengkap. Semakin banyak kata yang berhubungan dengan kematian yang berhasil dibentuk, semakin tinggi aksesibilitas pikiran kematian yang terjadi secara tidak disadari atau di luar atensi partisipan saat ini.

### **3.2.2. Moderator Variable: Identifikasi sebagai Orang Indonesia**

Level identifikasi sebagai orang Indonesia diukur dengan tiga *item*. Ketiga *item* ini diadaptasi dari *Australian Identity Scale* (Rengganis, 2008). Ketiga *item* menggunakan skala Likert enam ruas untuk menghindari kecenderungan partisipan menjawab netral. Level identifikasi partisipan diukur dengan skor tunggal yang dibentuk oleh *item* identifikasi sebagai orang Indonesia dengan skala 1 (sangat tidak setuju) – 6 (sangat setuju). Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi identifikasi partisipan sebagai orang Indonesia. Uji validitas dan reliabilitas skala identifikasi sebagai orang Indonesia, dapat dilihat dalam subbab 3.4.2.

### **3.2.3. Dependent Variable: Intensi Membeli**

Intensi tingkah laku mengarah pada seberapa besar kemungkinan seseorang melakukan suatu tingkah laku (Fishbein & Ajzen, 1975). Dalam skripsi ini, penulis memakai istilah intensi membeli untuk menunjukkan seberapa besar kemungkinan seseorang membeli produk. Kekuatan intensi membeli dilihat dari seberapa besar keinginan konsumen membeli produk. Pengukuran variabel intensi membeli dilakukan dengan menggunakan *rating* enam ruas. *Item*

mengindikasikan seberapa besar kemungkinan partisipan membeli kaos buatan Indonesia selama sebulan ke depan. Intensi membeli dilihat dari respon partisipan pada *rating* dalam ruas 1 (sangat tidak mungkin) – ruas 6 (sangat mungkin). Contoh item dapat dilihat di subbab 3.5.2.7.

#### **3.2.4. Mood**

*Mood* partisipan diukur setelah manipulasi SM. Partisipan diminta untuk mengisi 20 *item PANAS (Positive and Negative Affects Scale)*, yang dikembangkan oleh Watson, Clark, dan Tellegen (1988). Penulis menggunakan PANAS yang telah diadaptasi Piartrini (2008) dalam disertasinya. Skala ini terdiri dari 10 *item mood* positif dan 10 *item mood* negatif. Level *mood* partisipan diukur melalui skor tunggal yang dibentuk oleh *item mood* dengan skala 1 (sangat sedikit atau tidak merasakan sama sekali) – 5 (sangat merasakan). Nilai skor *item mood* negatif dibalik agar sesuai dengan *mood* positif. Semakin tinggi skor total *mood* partisipan, semakin positif *mood* yang dialami sebagai akibat manipulasi SM. Sebaliknya, semakin rendah skor total *mood* partisipan, semakin negatif *mood* yang dialami.

#### **3.2.5. Consumer Ethnocentrism**

Level *consumer ethnocentrism* diukur melalui alat ukur yang diadaptasi dari *CET-SCALE*, yang dikembangkan oleh Shimp dan Sharma (1987). Level *consumer ethnocentrism* yang diukur meliputi tujuh segi orientasi konsumen terhadap produk luar negeri, yaitu tendensi konsumen etnosentris, persepsi harga-nilai, kepedulian, norma resiprokal, rasionalisasi pilihan, mentalitas pembatasan, dan kebebasan memilih (Shimp & Sharma, 1987).

Skala ini terdiri dari 17 *item*, yang merupakan skala Likert enam ruas untuk menghindari kecenderungan partisipan menjawab netral. Level *consumer ethnocentrism* partisipan diukur dengan skor tunggal yang dibentuk oleh *item consumer ethnocentrism* dengan skala 1 (sangat tidak setuju) – 6 (sangat setuju). Semakin tinggi skor total *consumer ethnocentrism* partisipan, semakin tinggi kecenderungan partisipan memilih produk dalam negeri. Sebaliknya, semakin rendah skor total *consumer ethnocentrism* partisipan, semakin rendah

kecenderungan partisipan memilih produk dalam negeri. Uji validitas dan reliabilitas *CET SCALE*, dapat dilihat dalam subbab 3.4.2.

### 3.3. Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Siswa dan siswi kelas XI SMA Negeri 43 Jakarta. Karakteristik partisipan dalam *field* disesuaikan dengan karakteristik partisipan dalam *pilot study* yang merupakan pelajar kelas XI SMA Negeri 79 Jakarta. Penulis memilih pelajar SMA Negeri 79 dan 43 Jakarta sebagai partisipan *pilot study* dan *field* karena menurut informasi yang diterima penulis, kedua SMA memiliki tingkat SES yang setara (Jubaedah, komunikasi personal, 16 Maret 2009).
- b. Kelas sosial menengah ke bawah, yaitu ditentukan dengan pengeluaran rutin di bawah Rp 1.000.000 per bulan. Berdasarkan klasifikasi SES oleh AC Nielsen, rentang ini merupakan rentang kelas sosial menengah ke bawah (Ramadhan, A. I., komunikasi personal, 30 Mei 2009). Alasan penulis memilih rentang kelas sosial menengah ke bawah adalah sebagian besar partisipan *pilot study* berada pada rentang ini.
- c. Warga negara Indonesia dan tinggal di Indonesia minimal dalam 10 tahun terakhir. Partisipan dalam penelitian ini memiliki rentang umur 16 – 17 tahun. Pemilihan tinggal di Indonesia minimal 10 tahun terakhir dilakukan dengan pertimbangan dalam 10 tahun terakhir (sejak partisipan berada di Sekolah Dasar) dianggap identitas sebagai orang Indonesia sudah tertanam dalam diri partisipan.
- d. Tidak memakai jilbab bagi partisipan perempuan. Hal ini dijadikan kriteria karena produk yang dihasilkan dalam *pilot study* adalah kaos lengan pendek. Penulis menghindari kemungkinan partisipan tidak memilih kaos lengan pendek dengan alasan memakai jilbab.

Jumlah partisipan dalam penelitian ini adalah 108 orang, yaitu 47 laki-laki dan 61 perempuan, yang dibagi menjadi tiga kelompok. Jumlah partisipan pada tiap kelompok adalah 36 orang. Proses merekrut partisipan penelitian didahului

dengan meminta izin dari pihak sekolah. Setelah itu, penulis meminta kesediaan siswa dan siswi kelas XI untuk berpartisipasi.

### **3.4. Pilot Study**

#### **3.4.1. Pilot Study 1: Menentukan Produk yang Digunakan sebagai Stimulus Penelitian dan Pengeluaran Rutin Partisipan**

*Pilot study* 1 bertujuan menentukan jenis produk yang akan digunakan dalam eksperimen sekaligus pengeluaran rutin partisipan. Studi ini dilaksanakan pada tanggal 16 Maret 2009 di SMA Negeri 79 Jakarta, dengan melibatkan 34 partisipan, yang terdiri dari 17 siswa dan 17 siswi kelas XI SMA Negeri 79 Jakarta. Dalam studi ini, partisipan diminta untuk mengisi kuesioner *pilot study* A, yang terdiri atas tiga bagian (kuesioner lengkap *pilot study* A dapat dilihat di lampiran 1).

Dalam menentukan produk yang akan digunakan sebagai stimulus penelitian, penulis menetapkan beberapa syarat yang harus dipenuhi produk. Syaratnya, produk tersebut: 1) memiliki frekuensi pembelian terbesar (sering dibeli partisipan); 2) dapat dikonsumsi oleh laki-laki dan perempuan; 3) sudah dapat diproduksi di dalam negeri dengan kualitas yang sama dengan produk luar negeri; 4) dapat dikonsumsi berulang-ulang, minimal selama satu tahun (bukan produk sekali pakai); 5) dibeli di toko yang khusus menjual produk tersebut.

Penentuan jenis produk dilakukan dengan meminta partisipan mengisi kuesioner *pilot study* A bagian I dan II. Bagian I dilakukan untuk menemukan produk yang sudah dapat diproduksi di dalam negeri, yang memiliki kualitas yang sama dengan produk luar negeri (syarat ke-3). Tiap partisipan diminta untuk menyebutkan dua produk yang termasuk kategori tersebut.

Temuan ini menunjukkan produk dalam negeri apa saja yang memiliki kualitas yang sama dengan produk luar negeri (lihat tabel 3.1). Dari hasil ini, kaos adalah produk yang memiliki frekuensi paling banyak (12) sebagai produk dalam negeri yang memiliki kualitas yang sama dengan produk luar negeri. Produk lainnya yang juga banyak dipilih adalah sepatu (10).

**Tabel 3.1.** Produk Dalam Negeri yang Dipersepsi Sama Kualitasnya dengan Produk Luar Negeri

Produk	Laki-laki	Perempuan	Total
<b>Kaos</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>12</b>
Sepatu	8	2	10
Makanan kaleng	-	5	5
Kosmetik	1	3	4
Beras	4	-	4
Kerajinan tangan	2	2	4
Barang elektronik	1	2	3
Motor	-	3	3
Air mineral	2	-	2
Teh	2	-	2
Kopi	2	-	2
Mie instan	1	1	2
Obat	-	2	2
Aksesoris	-	2	2
Pasta gigi	-	2	2
<i>Handphone</i>	1	-	1
Kelapa sawit	1	-	1
Susu	1	-	1
Baterai	1	-	1
Jamu	1	-	1
Tas	1	-	1
Sepeda	-	1	1
<i>Tidak jawab</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>2</i>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>68</b>

Bagian II dilakukan untuk menentukan produk apa saja yang dibeli partisipan dalam enam bulan terakhir. Bagian ini terdiri dari enam kategori produk, yaitu makanan, minuman, pakaian, aksesoris, hiburan/hobi, dan barang-barang lain yang belum disebutkan. Dari hasil studi ini, didapatkan produk dari masing-masing kategori yang paling sering dikonsumsi partisipan. Tabel 3.2 menunjukkan produk apa saja yang dikonsumsi partisipan dalam enam bulan terakhir beserta harganya.

**Tabel 3.2.** Produk yang Dikonsumsi Partisipan dalam Enam Bulan Terakhir

Kategori produk	Produk	Laki-laki (frekuensi)	Perempuan (frekuensi)	Total	Harga (dalam Rp)
Pakaian	Kaos	11	11	22	60.000
Aksesoris	Sepatu	8	6	14	135.900
Hiburan	DVD	8	6	14	11.200
Makanan	<i>Snack</i>	4	9	13	2.800
Minuman	<i>Soft drink</i>	4	8	12	5.400
Lainnya	Pulsa	1	2	3	25.000
	Alat tulis	-	3	3	7.300

Dari hasil tersebut, *snack* dari kategori produk makanan dan *soft drink* dari kategori produk minuman memenuhi syarat ke-2. Kaos dari kategori produk pakaian memenuhi syarat ke-1, 2, 4, dan 5. Sepatu dari kategori produk aksesoris memenuhi syarat ke-2, 4, dan 5. DVD dari kategori produk hiburan/hobi memenuhi syarat ke-2 dan 4. Pulsa dan alat tulis dari kategori produk barang-barang lainnya memenuhi syarat ke-2 dan 5.

Dari hasil kuesioner *pilot study* A bagian I dan II, produk yang memenuhi syarat ke-1, 2, 3, 4, dan 5 adalah kaos dari kategori pakaian. Dengan demikian, kaos dijadikan sebagai stimulus dalam penelitian ini.

Pengeluaran rutin yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah uang yang dikeluarkan pelajar SMA kelas XI setiap bulannya. Pengeluaran rutin per bulan tersebut terdiri dari:

- 1) uang jajan per hari (uang jajan satu bulan = uang jajan per hari x 20, hari sekolah dihitung Senin - Jumat);
- 2) biaya yang dikeluarkan untuk belanja dan hiburan (termasuk untuk *hang out* dengan teman);
- 3) dan biaya lainnya yang rutin dihabiskan partisipan perbulan.

Pengeluaran rutin tersebut tidak termasuk uang SPP (bayaran sekolah) dan uang untuk buku pelajaran. Pengeluaran rutin ini diukur oleh empat *item* terakhir dalam kuesioner *pilot study* A bagian III.

Dari hasil *pilot study*, didapatkan rata-rata pengeluaran rutin partisipan perbulan adalah Rp 591.058.82, dengan pengeluaran rutin minimum Rp 96.000 dan maksimum Rp 1.820.000. Namun, dari 34 partisipan, sebanyak 32 partisipan memiliki pengeluaran rutin di bawah Rp 1.000.000 per bulan. Berdasarkan hasil tersebut, penulis menetapkan kriteria pengeluaran rutin di bawah Rp 1.000.000 per bulan.

### **3.4.2. Pilot Study 2: Menyusun Data Diri, CET SCALE, Skala Identifikasi sebagai Orang Indonesia, dan Manipulation Check (Melengkapi Huruf).**

*Pilot study 2* dilakukan untuk menyusun alat ukur data yang akan digunakan dalam eksperimen, yang terdiri dari data diri, *CET SCALE*, skala identifikasi sebagai orang Indonesia, dan *manipulation check* (melengkapi huruf). Studi ini dilaksanakan pada tanggal 18 Maret 2009 di SMA Negeri 79 Jakarta, dengan melibatkan 40 partisipan, yang terdiri dari 20 siswa dan 20 siswi kelas XI SMA Negeri 79 Jakarta.

Dalam studi ini, partisipan diminta untuk mengisi kuesioner *pilot study B*, yang terdiri atas empat bagian (kuesioner lengkap *pilot study B* dapat dilihat di lampiran 2). Bagian I ditujukan untuk mendapatkan kata-kata dalam *manipulation check* SM. Kata-kata tersebut diambil dari jawaban partisipan atas dua pertanyaan terbuka dalam manipulasi SM. Dari berbagai kata yang muncul, penulis mengambil sepuluh kata yang paling sering muncul dalam respon partisipan. Kesepuluh kata tersebut adalah takut, kaku, pucat, dingin, sedih, hancur, busuk, bau, cemas, dan rusak. Penulis lalu mengombinasikan sepuluh kata ini dengan sepuluh kata *manipulation check* dalam penelitian Piartrini (2008). Dari hasil kombinasi, dipilih sembilan kata yang berhubungan dengan kematian, yang disesuaikan dengan latar belakang partisipan. Kesembilan kata ini adalah kaku, makam, kubur, dingin, gugur, mati, busuk, duka, dan nisan.

Penulis menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji validitas *CET SCALE* dan identifikasi sebagai orang Indonesia. CFA dilakukan dengan menganalisis data yang didapatkan pada bagian III dan IV. Selain CFA, penulis juga melakukan uji validitas melalui *vignette* yang diselipkan pada bagian II. *Item 12* adalah *vignette* untuk *CET SCALE*. Sedangkan, *item 13* adalah *vignette*

untuk skala identifikasi sebagai orang Indonesia.

Pertama, penulis menguji validitas *CET SCALE* dengan CFA. *CET SCALE* memiliki satu dimensi konseptual (Shimp & Sharma, 1987). Oleh karena itu, penulis melakukan CFA pada *CET SCALE* dan harus menghasilkan satu faktor. Penulis menggunakan metode ekstraksi *principal axis factoring*, jumlah faktor maksimum ditetapkan menjadi satu, dan minimum *eigenvalue* = 1. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa 17 *item* yang membentuk satu faktor menjelaskan 41,08% variabilitas dari skor total *consumer ethnocentrism* dan semua *item* memiliki *loading* > 0,3, sehingga ketujuh belas *item* tersebut dipakai dalam analisis selanjutnya. *Loading factor* untuk *item* 1 – 17 secara berurutan adalah sebagai berikut: 0,71, 0,48, 0,63, 0,54, 0,72, 0,79, 0,76, 0,69, 0,69, 0,82, 0,61, 0,71, 0,51, 0,43, 0,56, 0,42, dan 0,66.

Penulis menghitung *Cronbach's Alpha* untuk uji reliabilitas alat ukur *consumer ethnocentrism*. Sebuah skala yang homogen diperoleh bila nilai  $\alpha > 0,70$  (Nunnally, 1981). Hasil penghitungan menunjukkan bahwa  $\alpha = 0,90$ , artinya *CET SCALE* adalah skala yang homogen.

Setelah melakukan uji validitas melalui CFA dan uji reliabilitas, penulis melakukan uji validitas melalui *vignette* (lihat gambar 3.1). *CET SCALE* dianggap *valid* apabila partisipan yang memilih sepatu A memiliki *mean consumer ethnocentrism* yang lebih tinggi daripada partisipan yang memilih sepatu B. Penghitungan dilakukan dengan membandingkan *mean consumer ethnocentrism* antara partisipan yang memilih sepatu buatan Indonesia dan partisipan yang memilih sepatu buatan luar negeri menggunakan *independent samples t-test*.

Dari temuan ini, diperoleh  $t(38) = 3,07$ ,  $p = 0,004$ , artinya terdapat perbedaan *mean consumer ethnocentrism* yang signifikan antara partisipan yang memilih sepatu buatan Indonesia dan partisipan yang memilih sepatu buatan luar negeri. *Mean consumer ethnocentrism* partisipan yang memilih sepatu buatan Indonesia lebih tinggi (77,32) daripada partisipan yang memilih sepatu buatan luar negeri (65,83). Dengan demikian, alat ukur ini valid mengukur *consumer ethnocentrism* karena dapat menunjukkan perbedaan *mean* yang signifikan antara

Bayangkan saat ini Anda ingin membeli sepasang sepatu. Ketika sampai di toko, Anda tertarik dengan dua sepatu, sepatu A dan sepatu B. Kedua sepatu memiliki model, warna, dan terbuat dari bahan yang sama. Kedua sepatu tersebut memiliki ukuran yang sesuai untuk kaki Anda. Kedua sepatu juga memiliki harga yang kurang lebih sama. Perbedaannya, sepatu A buatan Indonesia, sedangkan sepatu B buatan luar negeri. Sepatu manakah yang Anda pilih?

1. SEPATU A
2. SEPATU B

**Gambar 3.1.** *Vignette* untuk *CET SCALE*

kelompok etnosentrisme rendah dan kelompok etnosentrisme tinggi. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas, *CET SCALE* dapat digunakan karena merupakan skala yang *valid* dan *reliable*.

Hal yang serupa juga dilakukan pada skala identifikasi sebagai orang Indonesia. Karena *Australian Identity Scale* terdiri dari satu dimensi konseptual (Rengganis, 2008), penulis menganalisisnya menggunakan CFA dan harus menghasilkan satu faktor. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa tiga *item* yang membentuk satu faktor menjelaskan 59,72% variabilitas dari skor total identifikasi sebagai orang Indonesia dan ketiga *item* memiliki *loading* > 0,3, sehingga ketiga *item* tersebut dipakai untuk analisis selanjutnya. *Loading factor* untuk *item* 1 – 3 secara berurutan adalah sebagai berikut: 0,84, 0,82, dan 0,65. Hasil penghitungan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa  $\alpha = 0,80$ , artinya skala identifikasi sebagai orang Indonesia adalah skala yang homogen.

Skala identifikasi sebagai orang Indonesia (lihat gambar 3.2) dianggap *valid* apabila partisipan yang memilih batik/kebaya memiliki *mean* identifikasi sebagai orang Indonesia yang lebih tinggi dibandingkan partisipan yang memilih gaun/jas. Dari hasil *independent samples t-test* antara partisipan yang memilih batik/kebaya dan partisipan yang memilih gaun/jas, diperoleh  $t(38) = 2,24$ ,  $p = 0,03$ , artinya terdapat perbedaan *mean* identifikasi sebagai orang Indonesia yang signifikan antara partisipan yang memilih batik/kebaya dan partisipan yang memilih gaun/jas. *Mean* identifikasi sebagai orang Indonesia partisipan yang memilih batik/kebaya (16,00) lebih tinggi daripada partisipan yang memilih

Bayangkan saat ini Anda diundang ke sebuah pesta resmi yang diadakan oleh menteri negara. Pesta ini akan dihadiri oleh beberapa tamu dari luar negeri. Jika Anda memilikinya, baju manakah yang Anda pilih untuk dipakai ke pesta tersebut?

1. BATIK/KEBAYA
2. JAS/GAUN

**Gambar 3.2.** *Vignette* untuk Skala Identifikasi sebagai Orang Indonesia

gaun/jas (14,17). Dengan demikian, alat ukur ini valid untuk mengukur identifikasi sebagai orang Indonesia karena dapat menunjukkan perbedaan *mean* yang signifikan antara kelompok identifikasi sebagai orang Indonesia rendah dan kelompok identifikasi sebagai orang Indonesia tinggi. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas, skala identifikasi sebagai orang Indonesia dapat digunakan karena merupakan skala yang *valid* dan *reliable*.

### 3.5. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah kuesioner, beberapa kuesioner warna, amplop coklat, dan pedoman eksperimen. Penelitian ini terdiri dari dua tahap. Dalam tahap I, partisipan diminta mengisi kuesioner mengenai identifikasi sebagai orang Indonesia dan *consumer ethnocentrism*. Setelah itu, penulis akan menghubungi kembali partisipan. Tahap II adalah tahap eksperimen. Pedoman eksperimen digunakan oleh penulis dan asisten penulis pada tahap ini.

#### 3.5.1. Tahap I (Tahap Pengisian Kuesioner)

Kuesioner dalam tahap I terdiri dari pembuka dan tiga bagian kuesioner. Ketiga bagian kuesioner tersebut adalah data diri, skala identifikasi sebagai orang Indonesia, dan *CET SCALE*. Kuesioner lengkap tahap I dapat dilihat di lampiran 3.

##### 3.5.1.1. Pembuka

Pada bagian ini, penulis memperkenalkan diri, menyampaikan tujuan penelitian, meminta kesediaan partisipan untuk mengisi kuesioner, dan

menyampaikan bahwa semua jawaban adalah benar selama menggambarkan pendapat atau penilaian pribadi partisipan. Penulis juga menyampaikan bahwa semua data yang diberikan dijamin kerahasiaannya dan diolah sebagai data kelompok.

### 3.5.1.2. Data diri

Bagian ini berisi pertanyaan-pertanyaan apakah partisipan telah sesuai dengan kriteria partisipan yang telah ditentukan, salah satunya pengeluaran rutin partisipan. Pertanyaan-pertanyaan lainnya adalah usia, jenis kelamin, alamat, nomor *handphone* yang dapat dihubungi, berapa lama tinggal di Indonesia, termasuk warga negara mana, dan kelas partisipan.

### 3.5.1.3. Skala Identifikasi sebagai Orang Indonesia

Skala ini terdiri dari tiga *item*, yang berupa skala Likert enam ruas. Partisipan diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada ruas yang tersedia. Arti dari masing-masing ruas dapat dilihat dalam subbab 3.2.2. Contoh *item* skala identifikasi sebagai orang Indonesia dapat dilihat di gambar 3.3.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa sebagai orang Indonesia.						

**Gambar 3.3.** Contoh *Item* Skala Identifikasi sebagai Orang Indonesia

### 3.5.1.4. CET SCALE

Skala ini terdiri dari 17 *item*. Sama seperti skala identifikasi sebagai orang Indonesia, *item* dalam skala ini berupa skala Likert enam ruas. Partisipan diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada ruas yang tersedia. Arti dari tiap ruas

dapat dilihat di subbab 3.2.5. Contoh *item CET SCALE* dapat dilihat dalam gambar 3.4.

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
1.	Orang Indonesia sebaiknya membeli produk-produk buatan Indonesia daripada produk-produk impor.						

**Gambar 3.4.** Contoh *Item CET SCALE*

### 3.5.2. Tahap II (Tahap Eksperimen)

Pada tahap ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman eksperimen, amplop coklat, dan kuesioner warna. Kuesioner warna terdiri dari manipulasi SM tinggi dan SM rendah (kuesioner berwarna hijau), PANAS (kuesioner berwarna putih), distraksi acak kata (kuesioner berwarna biru), *manipulation check* (kuesioner berwarna merah muda), dan *rating* intensi membeli (kuesioner berwarna kuning). Instrumen penelitian tahap II secara lengkap dapat dilihat di lampiran 4.

#### 3.5.2.1. Pedoman Eksperimen

Pedoman eksperimen digunakan sebagai panduan bagi penulis dan asisten penulis selama tahap manipulasi SM berlangsung. Pedoman ini terdiri dari narasi dan intruksi. Narasi berisi tentang pengenalan penulis dan asisten penulis, maksud kedatangan penulis, meminta kesediaan partisipan untuk berpartisipasi kembali, aturan yang berlaku selama eksperimen berlangsung, dan ucapan terima kasih. Instruksi berisi tentang hal-hal yang harus dilakukan partisipan dan petunjuk pengisian kuesioner warna.

### 3.5.2.2. Amplop Coklat

Pada bagian depan amplop coklat terdapat data diri yang harus diisi partisipan. Data diri ini berfungsi untuk mencocokkan nomor urut partisipan dengan nomor urut partisipan pada tahap sebelumnya, agar memudahkan pengolahan dan analisis data (lihat gambar 3.5).

Data Diri

Nama : .....

Kelas : .....

Hp : .....

No : .....

Kel. : 1

**Gambar 3.5.** Data Diri Tahap II

### 3.5.2.3. Manipulasi SM (Kuesioner Berwarna Hijau)

Kuesioner ini terdiri dari dua jenis, yaitu kuesioner yang memancing kecemasan kematian dan kecemasan tidak naik kelas.

### 3.5.2.4. PANAS (Kuesioner Berwarna Putih)

PANAS terdiri dari 10 *mood* positif dan 10 *mood* negatif. Partisipan diminta memberikan penilaian pada 20 *mood*, yang menggambarkan keadaan dirinya saat ini, dengan menuliskan angka di samping *mood* tersebut. Angka 1 (sangat sedikit atau tidak merasakan sama sekali) – 5 (sangat merasakan). Contoh *item mood* dapat dilihat di gambar 3.6.

\_\_\_\_\_ tertarik

**Gambar 3.6.** Contoh *Item Mood*

### 3.5.2.5. Distraksi Acak Kata (Kuesioner Berwarna Biru)

Bagian ini terdiri dari 20 acak kata yang diambil dari “Teka-teki Acak Kata” (Brabo, 2008). Partisipan diberi waktu lima menit untuk menyusun acak kata menjadi kata yang memiliki makna dalam bahasa Indonesia. Contoh *item* acak kata dapat dilihat di gambar 3.7.

No.	Kata acak	Kata yang disusun
1.	T-N-E-I-P-G-N	.....

**Gambar 3.7.** Contoh *Item* Acak Kata

### 3.5.2.6. Manipulation Check (Kuesioner Berwarna Merah Muda)

*Manipulation check* terdiri dari sembilan kata yang hurufnya tidak lengkap. Partisipan diminta melengkapi huruf yang hilang sehingga membentuk kata yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia. Kata-kata ini adalah kata-kata yang bisa dibentuk menjadi kata yang berhubungan dan tidak berhubungan dengan kematian. Kata-kata yang berhubungan dengan kematian adalah kaku, makam, kubur, dingin, gugur, mati, busuk, duka, dan nisan. Contoh *item* dalam *manipulation check* dapat dilihat dalam gambar 3.8. Setiap kata yang berhubungan dengan kematian yang berhasil dibentuk diberi nilai 1.

1. K _ K _
------------

**Gambar 3.8.** Contoh *item* dalam *Manipulation Check*

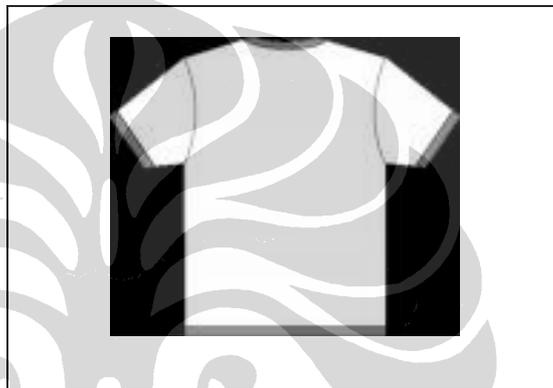
### 3.5.2.7. Rating Intensi Membeli (Kuesioner Berwarna Kuning)

Intensi membeli diukur melalui *rating* intensi membeli. Pada bagian ini partisipan diminta memberikan tanda silang pada kotak yang menggambarkan sejauh mana kemungkinan mereka membeli kaos buatan Indonesia. *Rating* intensi membeli dapat dilihat dalam gambar 3.9.

### Petunjuk Pengisian

Pada bagian ini, Anda diminta untuk menuliskan pendapat Anda tentang kemungkinan membeli suatu produk. Isilah dengan memberi tanda silang pada kotak yang sesuai dengan pendapat Anda. Silahkan mengerjakan!

1. Bila Anda memiliki uang yang cukup, bagaimana kemungkinan Anda membeli kaos buatan Indonesia (dengan model seperti dalam gambar) sebulan ke depan?



SANGAT TIDAK MUNGKIN

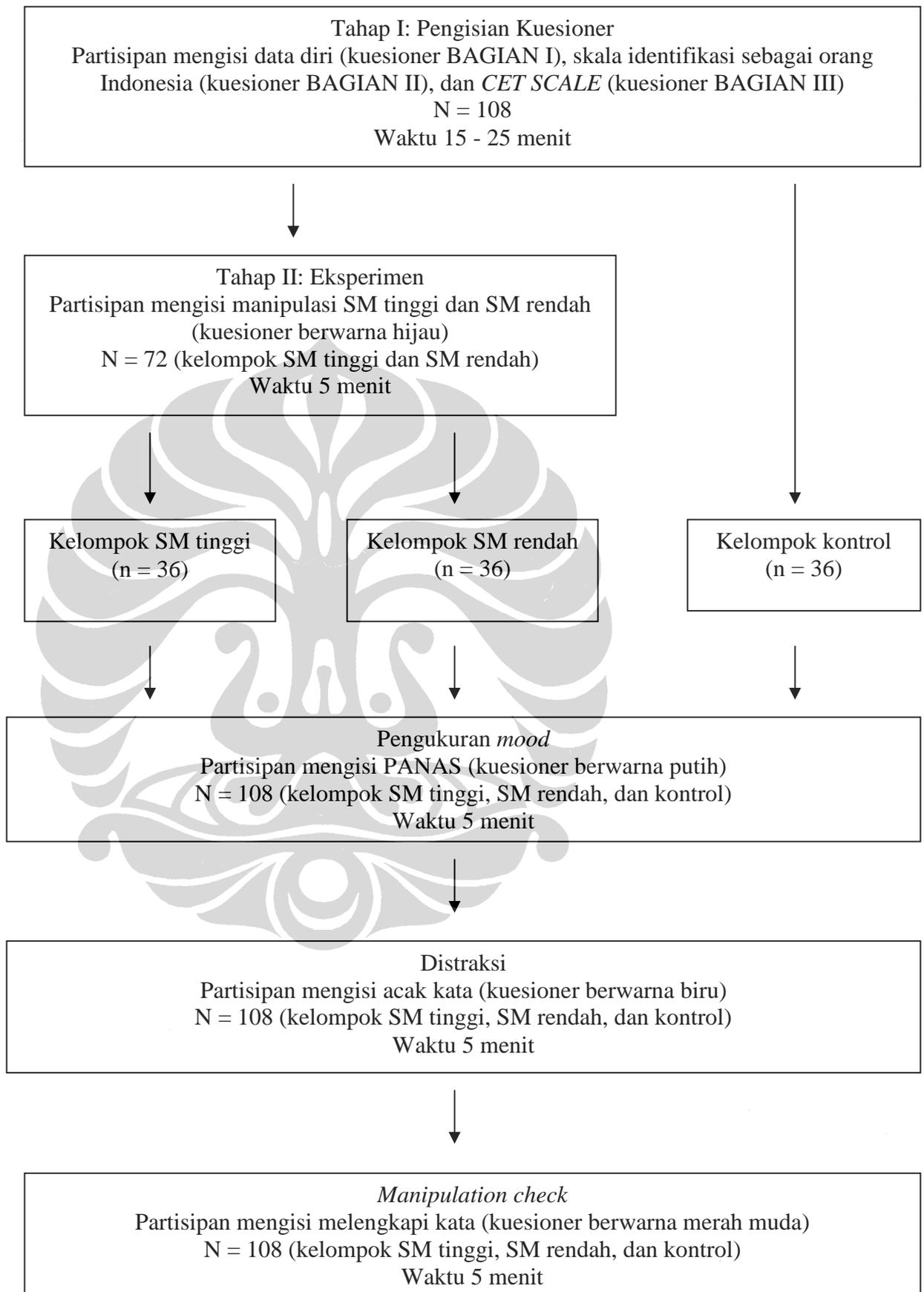
     

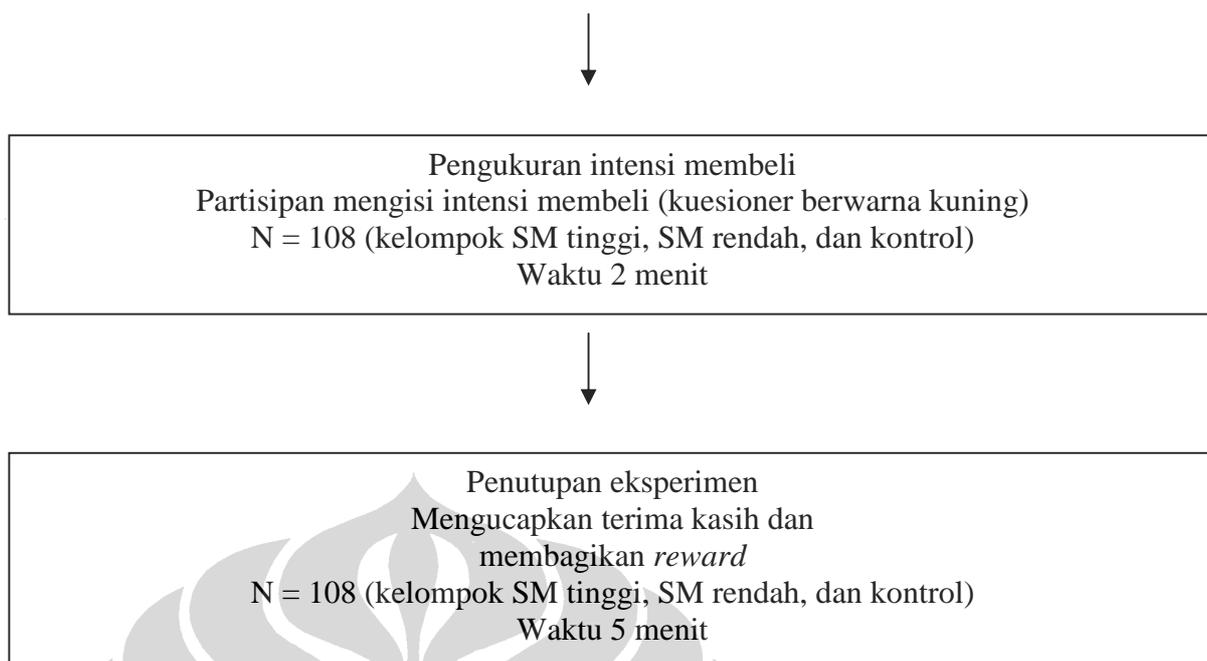
SANGAT MUNGKIN

**Gambar 3.9.** *Rating* Intensi Membeli

### 3.6. Prosedur Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini dilakukan dalam dua tahap. Tahap I adalah tahap pengisian kuesioner dan tahap II adalah tahap eksperimen. Seluruh prosedur penelitian, baik tahap I maupun tahap II, dapat dilihat di gambar 3.10.





**Gambar 3.10.** Prosedur Penelitian

### 3.6.1. Tahap I (Tahap Pengisian Kuesioner)

Pada tahap ini, penulis dibantu oleh humas SMA Negeri 43 Jakarta dalam menentukan kelas yang akan digunakan dalam penelitian. Beliau membantu penulis meminta izin pada guru yang mengajar di kelas XI. Dari hasil diskusi antara humas dan guru, diperoleh empat kelas yang dapat digunakan penulis, yaitu kelas XI IPA 1, XI IPA 2, XI IPS 1, dan XI IPS 2. Penulis pun memasuki kelas satu per satu, sesuai jam pelajaran yang diberikan. Pada tahap ini, penulis dibantu satu asisten penulis.

Saat masuk ke ruang kelas, penulis dan asisten penulis memperkenalkan diri. Penulis lalu menjelaskan maksud kedatangan penulis dan meminta kesediaan siswa dan siswi untuk berpartisipasi dalam penelitian. Setelah memperoleh kesediaan berpartisipasi, penulis dan asisten penulis membagikan kuesioner kepada partisipan.

Penulis membacakan petunjuk pengisian pada tiap bagian kuesioner. Penulis lalu bertanya pada partisipan apakah ada yang mau ditanyakan tentang kuesioner. Penulis memberikan penjelasan lebih lanjut pada partisipan yang bertanya. Setelah tidak ada pertanyaan, penulis memersilahkan partisipan untuk mengerjakan kuesioner dalam waktu 15 menit.

Selama penelitian berlangsung, penulis memegang *stopwatch* dan berjalan mengitari kelas. Sementara itu, asisten penulis berdiri di salah satu sudut kelas. Saat waktu pengerjaan habis, penulis bertanya apakah semua partisipan telah selesai mengerjakan kuesioner. Penulis memberikan waktu tambahan lima menit pada partisipan yang belum selesai. Setelah semua partisipan selesai mengerjakan, penulis dan asisten penulis mengambil kuesioner sembari memeriksa apakah semua *item* telah diisi.

Penulis memberitahu bahwa akan ada penelitian tahap II. Penulis meminta kesediaan partisipan untuk berpartisipasi kembali dalam tahap II. Setelah itu, penulis mengucapkan terima kasih dan membagikan kenang-kenangan.

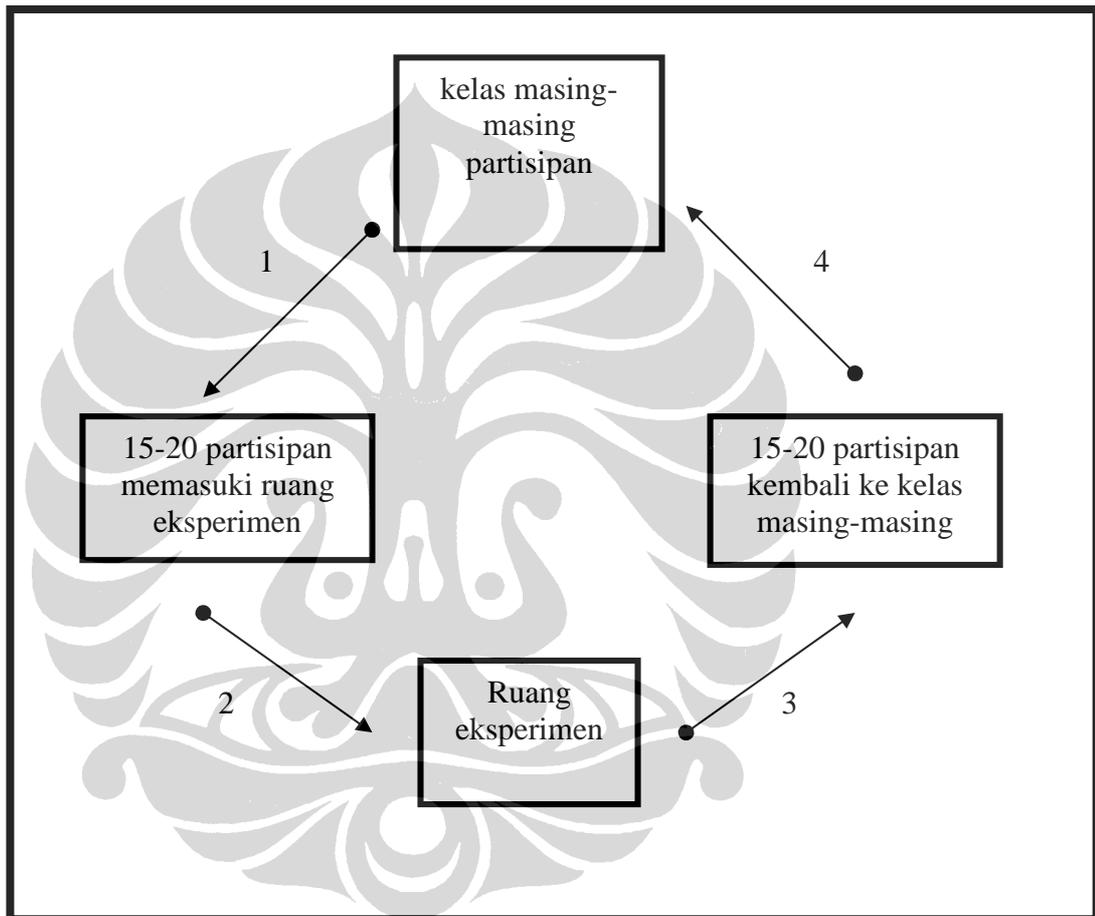
### **3.6.2. Tahap II (Tahap Eksperimen)**

Pada tahap ini, partisipan yang diperoleh dalam tahap I, dibagi ke dalam tiga kelompok, yaitu kelompok SM tinggi, kelompok SM rendah, dan kelompok kontrol. Untuk kelompok kontrol, penulis memilih secara acak kelas yang akan digunakan, yaitu partisipan dari kelas XI IPS 1 dan sebagian partisipan dari kelas XI IPA 1. Untuk kelompok SM tinggi dan SM rendah, penulis melakukan randomisasi pada partisipan di kelas XI IPA 2, XI IPS 2, dan sebagian XI IPA 1 dengan cara, membagikan secara acak amplop kuesioner – yang berisi manipulasi SM tinggi atau SM rendah – di awal eksperimen. Kelompok kontrol memiliki instruksi yang berbeda dari dua kelompok lainnya. Oleh sebab itu, pengukuran pada kelompok kontrol dilakukan terpisah.

Di awal penelitian tahap II, penulis dan dua asisten penulis memasuki kelas partisipan. Penulis memperkenalkan diri dan mengucapkan terima kasih atas partisipasi dalam penelitian sebelumnya. Penulis lalu menjelaskan maksud kedatangan penulis dan meminta kesediaan berpartisipasi dalam penelitian tahap II. Penulis memberitahu bahwa siswa dan siswi yang dapat berpartisipasi adalah siswa dan siswi yang mengikuti penelitian tahap I. Setelah itu, penulis membagikan nomor urut pada partisipan. Nomor urut ini disesuaikan dengan nomor urut partisipan pada tahap I.

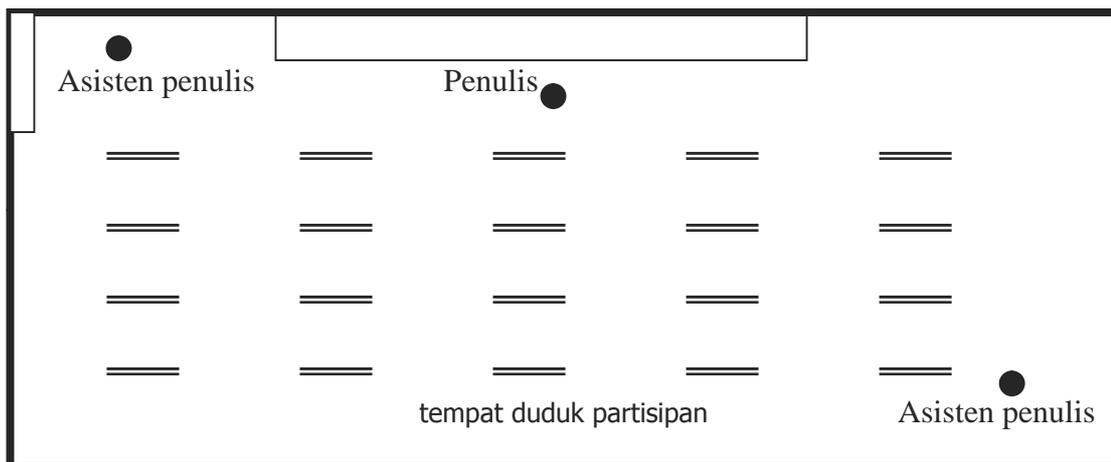
Penulis membagi partisipan pada tiap kelas menjadi dua bagian, masing-masing bagian berisi antara 15 – 20 partisipan. Pembagian kelompok berdasarkan

pada daftar absensi di tiap kelas. Penulis meminta 15 – 20 partisipan pertama memasuki ruang eksperimen. Jika sudah selesai, penulis meminta 15 – 20 partisipan selanjutnya untuk memasuki ruang eksperimen (lihat gambar 3.11). Seluruh eksperimen dilakukan di satu ruangan. Tiap kelas memasuki ruang eksperimen secara bergantian, disesuaikan dengan jadwal pelajaran tiap kelas.



**Gambar 3.11.** Alur Partisipan dari Ruang Kelas ke Ruang Eksperimen

Setelah semua partisipan memasuki ruang eksperimen, asisten penulis meminta partisipan menempati tempat duduk yang telah diatur sebelumnya (lihat gambar 3.12). Lalu, administrasi amplop kuesioner dilaksanakan. Untuk kelompok SM tinggi dan SM rendah, dilakukan randomisasi amplop kuesioner.



**Gambar 3.12.** Denah Ruang Eksperimen

Eksperimen dimulai saat semua partisipan menerima amplop kuesioner. Penulis meminta partisipan mengisi data diri di bagian depan amplop kuesioner. Setelah itu, penulis meminta partisipan mengeluarkan semua kuesioner dari dalam amplop. Penulis meminta partisipan untuk tidak membuka kuesioner sebelum diinstruksikan. Kuesioner dikerjakan bersama-sama dengan instruksi dari penulis. Untuk kelompok SM tinggi dan SM rendah, partisipan diminta mengambil kuesioner yang berwarna hijau dan meletakkan sisanya di bawah bangku sebelah kanan mereka. Setelah mengerjakan kuesioner berwarna hijau, partisipan diminta meletakkannya di bawah bangku sebelah kiri. Partisipan lalu diminta mengerjakan kuesioner berwarna putih. Setelah kuesioner berwarna putih dikerjakan, diletakkan di bawah bangku sebelah kiri. Begitu seterusnya sampai semua kuesioner diisi. Kuesioner yang belum diisi diletakkan di bawah bangku sebelah kanan, kuesioner yang telah diisi diletakkan di bawah bangku sebelah kiri. Urutan pengisian kuesioner dapat dilihat di gambar 3.10.

Setelah semua kuesioner diisi, partisipan diminta memasukkan kembali seluruh kuesioner ke dalam amplop. Amplop diletakkan dalam keadaan tertutup di atas meja. Asisten penulis lalu mengucapkan terima kasih dan membagikan *reward* pada partisipan. Setelah itu, partisipan diminta kembali ke kelas masing-masing.

Partisipan pada kelompok kontrol mendapat perlakuan yang sama dengan partisipan pada kelompok SM tinggi dan SM rendah. Bedanya, dalam amplop

kuesioner, tidak berisi kuesioner berwarna hijau. Oleh sebab itu, partisipan langsung diminta mengambil kuesioner berwarna putih dan mengerjakannya.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Seluruh penghitungan dalam skripsi ini dilakukan dengan SPSS 13, kecuali saat menentukan *simple slopes* pada pengujian hipotesis 2 yang dihitung manual.

#### 3.7.1. Validitas dan Reliabilitas Skala Identifikasi sebagai Orang Indonesia Saat *Field*

Setelah pengambilan data dilakukan, penulis melakukan penghitungan validitas dan reliabilitas alat ukur identifikasi sebagai orang Indonesia sekali lagi. Prosedur penghitungan untuk eksperimen sama dengan pada tahap penyusunan alat ukur yaitu, sebagai berikut:

- a. Melakukan CFA terhadap tiga item identifikasi sebagai orang Indonesia. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa tiga *item* yang membentuk satu faktor menjelaskan 56,81% variabilitas dari skor total identifikasi sebagai orang Indonesia dan ketiga *item* memiliki *loading* > 0,3, sehingga ketiga *item* tersebut dipakai untuk analisis selanjutnya. *Loading factor* untuk *item* 1 – 3 secara berurutan adalah sebagai berikut: 0,59, 0,82, dan 0,83.
- b. Menghitung *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur. Hasil penghitungan menunjukkan  $\alpha = 0,79$ , artinya skala identifikasi sebagai orang Indonesia adalah skala yang homogen.
- c. Melakukan *independent samples t-test* pada ketiga *item* dengan menggunakan satu *vignette* tentang identifikasi partisipan pada Indonesia. Temuan yang diharapkan dalam *vignette* ini sama dengan temuan yang diharapkan dalam *pilot study* penyusunan skala identifikasi sebagai orang Indonesia pada subbab 3.4.2. Hasil penghitungan menunjukkan nilai  $t(106) = 2,01$ ,  $p = 0,04$ , yang artinya terdapat perbedaan *mean* identifikasi sebagai orang Indonesia yang signifikan antara partisipan yang memilih batik/kebaya dan partisipan yang memilih jas/gaun.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas setelah pengambilan data, diperoleh kesimpulan bahwa skala identifikasi sebagai orang Indonesia merupakan skala yang *valid* dan *reliable*. Ketiga *item* dalam skala ini dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

### 3.7.2. Validitas dan Reliabilitas *CET SCALE* Saat *Field*

Penulis juga melakukan penghitungan validitas dan reliabilitas alat ukur *consumer ethnocentrism* sekali lagi, sebagai berikut:

- a. Melakukan CFA terhadap 17 *item consumer ethnocentrism*. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa 17 *item* yang membentuk satu faktor menjelaskan 26,55% variabilitas dari skor total *consumer ethnocentrism* dan terdapat dua *item* yang memiliki *loading* < 0,3, sehingga dua *item* tersebut dibuang. *Loading factor* untuk *item* 1 – 17 secara berurutan adalah sebagai berikut: 0,43, 0,30, 0,47, 0,55, 0,50, 0,47, 0,57, 0,70, 0,64, 0,10, 0,64, 0,49, 0,27, 0,66, 0,56, 0,39, dan 0,63. *Item* yang dibuang adalah *item* 10 (*loading* = 0,10) dan *item* 13 (*loading* = 0,27). Analisis selanjutnya menggunakan 15 *item* yang memiliki *loading* > 0,3.
- b. Menghitung *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur. Hasil penghitungan menunjukkan  $\alpha = 0,86$ , artinya *CET SCALE* adalah skala yang homogen.
- c. Melakukan *independent samples t-test* pada 15 *item* dengan menggunakan satu *vignette* tentang kecenderungan partisipan memilih produk dalam negeri. Temuan yang diharapkan dalam *vignette* ini sama dengan temuan yang diharapkan dalam *pilot study* penyusunan *CET SCALE* pada subbab 3.4.2. Hasil penghitungan menunjukkan nilai  $t(106) = 3,06$ ,  $p < 0,001$ , artinya terdapat perbedaan *mean consumer ethnocentrism* yang signifikan antara partisipan yang memilih sepatu buatan Indonesia dan partisipan yang memilih sepatu buatan luar negeri.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas setelah pengambilan data, diperoleh kesimpulan bahwa *CET SCALE* adalah skala yang *valid* dan *reliable*. Kelima belas *item* dalam skala ini digunakan dalam analisis lebih lanjut.

### 3.7.3. Prosedur dan Teknik Statistik Hipotesis 1

Penulis memprediksi bahwa SM berpengaruh terhadap intensi membeli produk dalam negeri, sehingga terdapat perbedaan *mean* intensi membeli antara kelompok SM tinggi, SM rendah, dan kontrol. Dengan demikian, hipotesis 1 adalah:

Hipotesis Statistik 1

H1a : *Mean* intensi membeli kaos buatan Indonesia pada kelompok SM tinggi secara signifikan  $>$  *mean* intensi membeli kaos buatan Indonesia pada kelompok SM rendah atau kontrol.

H1b : *Mean* intensi membeli kaos buatan Indonesia pada kelompok SM rendah tidak berbeda secara signifikan dengan *mean* intensi membeli kaos buatan Indonesia pada kelompok kontrol.

Uji hipotesis 1 (1a dan 1b) dilakukan dengan membandingkan *mean* intensi membeli antara kelompok SM tinggi, SM rendah, dan kontrol, dengan teknik statistik *one-way* ANOVA (Gravetter & Wallnau, 2007: 426). Hipotesis 1 terbukti bila dihasilkan *F* yang memiliki  $p < 0,05$ , yang artinya terdapat perbedaan *mean* yang signifikan antara kelompok SM tinggi, SM rendah, dan kontrol.

Pada hipotesis 1a dan 1b, penghitungan dilakukan dengan memasukkan skor intensi membeli kaos buatan Indonesia sebagai *dependent variable*, dan SM sebagai *independent variable*. Bila terdapat perbedaan *mean* yang signifikan, analisis dilanjutkan dengan *Post Hoc* melalui *Tukey test* untuk menentukan kelompok mana yang memiliki perbedaan *mean* yang signifikan dengan kelompok lainnya, dan kelompok mana yang tidak.

### 3.7.4. Prosedur dan Teknik Statistik Hipotesis 2

Penulis memprediksi bahwa masing-masing level identifikasi sebagai orang Indonesia memberikan pengaruh yang berbeda dalam efek SM terhadap intensi membeli kaos buatan Indonesia. Dengan demikian, hipotesis 2 adalah:

## Hipotesis Statistik 2

H2: Pada kelompok identifikasi sebagai orang Indonesia tinggi:

*Mean* intensi membeli SM tinggi > *Mean* intensi membeli SM rendah

Pada kelompok identifikasi sebagai orang Indonesia rendah:

*Mean* intensi membeli SM tinggi setara dengan SM rendah.

Uji hipotesis 2 dilakukan dengan melihat apakah ada interaksi yang signifikan antara identifikasi sebagai orang Indonesia dan SM, yang menunjukkan bahwa pengaruh SM terhadap intensi membeli kaos buatan Indonesia berubah tergantung pada tingkat identifikasi sebagai orang Indonesia. Atau dengan kata lain, *simple slope* SM terhadap intensi membeli kaos buatan Indonesia berubah tergantung dari tingkat identifikasi sebagai orang Indonesia, yaitu tingkat identifikasi sebagai orang Indonesia “tinggi” (+1 SD di atas *mean*) dan tingkat identifikasi sebagai orang Indonesia “rendah” (-1 SD di bawah *mean*). Analisis ini dilakukan dengan teknik statistik *moderated multiple regression*. Intensi membeli kaos buatan Indonesia adalah *dependent variable*, sedangkan SM, identifikasi sebagai orang Indonesia, dan interaksi SM dan identifikasi sebagai orang Indonesia adalah *independent variable*.

Pada hipotesis 2, penghitungan dimulai dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Coding* SM. SM terdiri dari dua kelompok (SM tinggi dan SM rendah), sehingga dibutuhkan satu variabel untuk *coding* SM (Louis, 2008). Karena SM sudah terbukti memengaruhi intensi membeli, kelompok kontrol tidak disertakan dalam analisis ini. Dilakukan *categorical* SM dimana + 1 adalah SM tinggi dan -1 adalah SM rendah.
2. Hitung *mean* identifikasi sebagai orang Indonesia.
3. Hitung variabel *centred* untuk identifikasi sebagai orang Indonesia (cID), yaitu dengan cara “skor identifikasi sebagai orang Indonesia – *mean* identifikasi sebagai orang Indonesia”.
4. Hitung variabel interaksi antara SM dan identifikasi sebagai orang Indonesia. “cID \* SMtinggi” yang diberi nama “cIDxSMtinggi”.

5. Setelah itu, penulis melakukan analisis *hierarchical multiple regression* dengan memasukkan skor intensi membeli sebagai *dependent variable*; SMtinggi dan cID sebagai *independent variables*; dan cIDxSMtinggi dimasukkan sebagai *predictor* dalam *Block 2*.

Interaksi dapat dites signifikansinya melalui *R<sup>2</sup> change*, *F change*, dan nilai signifikansi. Namun, informasi ini hanya memberitahu tentang ada atau tidaknya interaksi. Jika terdapat interaksi yang signifikan, dilanjutkan dengan *follow up*, untuk mendeskripsikan bagaimana interaksi yang terjadi, yaitu melalui penghitungan *simple slopes* (Louis, 2008). *Simple slope* dari stres dihitung saat identifikasi sebagai orang Indonesia tinggi (1 SD di atas *mean* cID) dan identifikasi sebagai orang Indonesia rendah (1 SD di bawah *mean* cID).

