

3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijabarkan bagaimana penelitian dilakukan. Bab ini terdiri dari tujuh subbab. Subbab pertama merupakan penjelasan mengenai desain penelitian. Subbab kedua berisi mengenai variabel penelitian beserta operasionalisasi, variasi, dan pengukurannya. Kemudian subbab tiga menjabarkan tentang partisipan penelitian. Subbab empat menjelaskan mengenai *pilot study* dan subbab lima berisi mengenai instrumen penelitian. Selanjutnya subbab enam memaparkan prosedur penelitian dan terakhir, pada subbab tujuh akan dijelaskan mengenai teknik analisis data.

3.1. Desain Eksperimen

Desain eksperimen ini adalah 2 (tampilan kelas sosial konsumen lain: tinggi vs rendah) x 2 (*power distance* partisipan: tinggi vs rendah), *between participants*. Berdasarkan desain tersebut, maka akan terdapat empat kelompok partisipan (lihat tabel 3.1).

Tabel 3.1. Desain Eksperimen

		Tampilan Kelas Sosial Konsumen Lain	
		Tinggi	Rendah
<i>Power Distance</i> Partisipan	Tinggi	Kelompok 1	Kelompok 2
	Rendah	Kelompok 3	Kelompok 4

3.2. Variabel Penelitian

Independent variable (IV) dalam penelitian ini adalah kelas sosial konsumen lain. Kemudian *dependent variable* (DV) dalam penelitian ini adalah evaluasi terhadap produk dan intensi membeli. *Moderator variable* (MV) adalah *power distance* partisipan. Selain itu, penelitian ini juga akan menguji rasa jijik sebagai variabel mediator, yaitu variabel yang memperantarai pengaruh IV terhadap DV. Masing-masing variabel akan dijelaskan pada subbab berikut ini.

3.2.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*): Kelas Sosial Konsumen Lain

Kelas sosial konsumen lain akan dimanipulasi menjadi dua yaitu, konsumen lain yang memiliki penampilan dari kelas sosial tinggi dan kelas sosial rendah. Manipulasi akan dilakukan dengan cara menampilkan gambar dari seorang konsumen (kelas sosial tinggi atau rendah) yang telah mencoba satu kaus pada skenario. Di dalam skenario, dinyatakan bahwa kaus tersebut merupakan produk yang ditawarkan kepada partisipan, namun telah dicoba oleh orang lain. Gambar dari konsumen lain tersebut merupakan foto satu badan. Hal ini bertujuan agar partisipan dapat mengenal kelas sosial konsumen berdasarkan pakaian dan aksesoris yang dikenakan dari kepala hingga kaki. Untuk lebih jelasnya, gambar penampilan dari konsumen kelas sosial tinggi dan rendah dapat dilihat pada subbab 3.5.2.

3.2.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

3.2.2.1. Evaluasi Produk

Pengukuran terhadap *dependent variable* akan dilakukan dengan mengadaptasi item-item yang digunakan Argo, Dahl, dan Morales (2006). Pengukuran variabel evaluasi produk akan dilakukan dengan menggunakan skala Likert enam ruas untuk menghindari kecenderungan partisipan memberikan jawaban netral. Total item yang digunakan berjumlah lima, yang meliputi meliputi 'jelek-bagus', 'negatif-positif', 'tidak menarik-menarik', 'buruk-baik', serta 'tidak suka-suka'. Contoh item dapat dilihat pada subbab 3.5.2.

3.2.2.2. Intensi Membeli Produk

Intensi membeli produk merupakan variabel yang mengindikasikan apakah partisipan ingin membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan. Serupa dengan DV evaluasi produk, variabel ini akan diukur dengan mengadaptasi item Argo dkk. Pengukuran variabel intensi membeli juga akan dilakukan dengan menggunakan skala Likert enam ruas sebanyak satu item. Item tersebut akan mengindikasikan seberapa besar keinginan partisipan untuk membeli kaus tersebut. Ruas 1 mewakili 'sangat tidak ingin membeli' dan ruas 6 mewakili 'sangat ingin membeli'. Contoh item dapat dilihat pada subbab 3.5.2.

3.2.3. Variabel Moderator: *Power Distance*

Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala *power distance* (PD) hasil adaptasi dari Meirina (2006) yang berlandaskan teori nilai budaya oleh Hofstede dan Hofstede (2005). Dalam skripsi ini, penulis melakukan dua revisi. Revisi pertama adalah revisi pada item yang mewakili konteks organisasi atau lingkungan kerja. Revisi dilakukan dengan menambahkan unsur pengandaian, yaitu dengan memberikan instruksi kepada partisipan untuk membayangkan bahwa dirinya telah bekerja sebagai seorang pegawai di suatu perusahaan. Hal ini dilakukan mengingat partisipan penelitian adalah mahasiswa.

Revisi kedua adalah pada jenis skala yang digunakan untuk mengukur PD. Penulis menggunakan skala Likert, dengan rentang mulai dari 'sangat tidak penting' (1) hingga 'sangat penting' (6). Pemilihan skala dengan rentang seperti ini dilakukan untuk mengurangi kecenderungan partisipan memberikan jawaban netral.

Penulis menambahkan 4 item konteks keluarga dari skala yang disusun oleh Meirina (2006). Total item yang digunakan adalah 16 item dengan rincian 6 item untuk konteks keluarga, 4 item untuk konteks masyarakat, dan 6 item untuk konteks lingkungan kerja.

Penulis melakukan analisis faktor untuk menguji validitas alat ukur PD. Analisis faktor dilakukan dengan metode ekstraksi *principal axis factoring*, jumlah faktor maksimum ditetapkan menjadi satu (sesuai dengan dimensi PD), dan minimum *eigenvalue* =1. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa faktor PD menerangkan 28.18% dari total varians skala dan terdapat delapan item yang memiliki *loading* kurang dari 0.3, delapan item tersebut dibuang.

Kemudian penulis menghitung *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur dari delapan item tersebut. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa $\alpha = .742$. Berdasarkan hasil penghitungan analisis faktor dan *Cronbach's Alpha*, dapat dikatakan bahwa alat ukur PD sudah reliabel dan valid (Kerlinger, 2000). Dengan demikian, delapan item inilah yang dipakai sebagai alat ukur PD.

3.2.4. Variabel Mediator: Rasa Jijik

Rasa jijik akan diukur dengan menggunakan skala jijik yang merupakan adaptasi dari penelitian Argo, Dahl, dan Morales (2006). Pada skripsi ini, penulis menggunakan skala Likert dengan 6 ruas mulai dari 'sangat tidak sesuai' hingga 'sangat sesuai'. Hal ini bertujuan untuk menghindari kecenderungan jawaban netral dari partisipan. Variabel ini akan terdiri dari empat item yang menggambarkan apakah partisipan merasa jijik, muak, jorok, dan tidak higienis terhadap baju yang telah digunakan oleh orang lain. Contoh item dapat dilihat pada subbab 3.5.2.

3.3. Partisipan

Kriteria partisipan dalam penelitian skripsi ini adalah:

- a. Laki-laki dan perempuan yang berusia 17-22 tahun.
- b. Berstatus sebagai mahasiswa atau mahasiswi Universitas Indonesia.
- c. Khusus untuk partisipan perempuan, tidak mengenakan jilbab. Hal ini disebabkan karena model yang akan berperan sebagai konsumen lain tidak mengenakan jilbab.
- d. Jika memiliki kendaraan pribadi untuk dipakai ke kampus, maksimal memiliki sepeda motor.
- e. Kelas sosial menengah yaitu ditentukan dengan pengeluaran per bulan sebesar Rp 700.001– Rp 1.000.000. Berdasarkan klasifikasi SES oleh AC Nielsen, rentang ini merupakan rentang kelas sosial menengah (Ramadhan, A.I., komunikasi personal, 10 Maret, 2008). Alasan pemilihan partisipan dari kelas sosial menengah adalah untuk melihat bagaimana reaksi mereka jika berinteraksi dengan kelas sosial rendah dan tinggi.

Jumlah partisipan dalam penelitian skripsi ini adalah 170 orang, yaitu 81 laki-laki dan 89 perempuan, yang masing-masing akan dibagi menjadi empat kelompok. Jumlah partisipan bervariasi antara 40-44 orang untuk masing-masing kelompok. Proses merekrut partisipan penelitian dipaparkan dengan detail pada subbab 3.6 mengenai prosedur penelitian.

3.4. Pilot Study

Dalam penyusunan stimulus penelitian, penulis melakukan tiga *pilot study*. *Pilot study* pertama adalah penentuan jenis kaus yang akan digunakan sebagai produk yang ditawarkan di dalam skenario kepada partisipan. *Pilot study* kedua dilakukan untuk menentukan bagaimana penampilan model laki-laki dan perempuan yang mewakili kelas sosial tinggi dan rendah. Terakhir, *pilot study* ketiga merupakan revisi penampilan model laki-laki dari *pilot study* kedua.

3.4.1. Pilot Study 1: Menentukan Desain Kaus yang akan Ditawarkan

Pilot study dilakukan dengan mengumpulkan lima gambar desain kaus laki-laki dan lima macam kaus perempuan. Desain kaus diambil dari <http://www.tshirtstore.com> untuk kaus perempuan dan <http://www.t-s.fr.com> untuk kaus laki-laki. Warna kaus untuk keduanya putih untuk mengontrol faktor preferensi partisipan terhadap warna tertentu. Dari total sepuluh macam desain tersebut, dipilih dua desain, yaitu satu desain untuk laki-laki dan satu desain untuk perempuan. Desain yang terpilih digunakan sebagai produk yang ditawarkan dalam skenario.

Pilot study 1 dilakukan pada tanggal 13, 14, dan 17 Maret 2008. Partisipannya mahasiswa dan mahasiswi Universitas Indonesia, 25 laki-laki dan 27 perempuan. Pelaksanaan *pilot study* dilakukan secara individual. Awalnya, peneliti menyiapkan 5 lembar *show card* yang diletakkan terbalik. Kemudian, penulis mempersilakan partisipan memilih sendiri *show card* yang akan dinilai. Setelah itu, partisipan langsung menuliskan penilaian mereka pada lembar jawaban yang telah disediakan. Pada lembar jawaban, partisipan diminta untuk menilai apakah desain kaus tersebut jelek (1) atau bagus (7) (lihat gambar 3.1).

No:						
Kaus pada Gambar Tersebut						
jelek						
bagus						

Gambar 3.1. Item untuk Penilaian Desain Kaus

Show card yang telah dinilai, kembali diletakkan terbalik. Partisipan kemudian mengambil sisa kartu bergambar desain kaus lain yang tersedia. Begitu seterusnya hingga seluruh kartu dinilai. Penerapan metode ini dilakukan untuk mengontrol adanya efek urutan penyajian kepada partisipan.

Desain kaus yang dipilih adalah desain yang memperoleh skor rata-rata mendekati 5. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa kaus yang ditawarkan memang memiliki daya tarik untuk dibeli. Skor 4 ke bawah tidak dipilih karena mengindikasikan bahwa kaus tersebut tidak menarik sehingga dorongan untuk tidak dibeli menjadi besar. Begitu pula sebaliknya dengan skor 6-7. Skor ini mengindikasikan bahwa kaus tersebut sangat menarik.

Tabel 3.2. Hasil *Pilot Study* 1: Penentuan Desain Kaus yang Ditawarkan

Kaus	Laki-Laki		Perempuan	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Desain 1	3.48	1.7	4.81	1.4
Desain 2	3.60	1.4	5.00	1.1
Desain 3	4.36	1.1	4.07	1.6
Desain 4	4.08	1.5	4.07	1.4
Desain 5	4.60	1.5	4.15	1.4

Keterangan. Gambar desain kaus dapat dilihat pada lampiran 1

Pada tabel 3.2 dapat dilihat bahwa desain kaus yang memperoleh rata-rata mendekati nilai 5 adalah kaus nomor 5 ($M = 4.60$, $SD = 1.5$) untuk laki-laki dan kaus nomor 2 ($M = 5.00$, $SD = 1.1$) untuk perempuan. Oleh karena itu, dua desain kaus inilah yang akan digunakan dalam skenario penelitian.

3.4.2. *Pilot Study* 2: Menentukan Penampilan Model yang Mewakili Konsumen Lain dari Kelas Sosial Tinggi dan Rendah

Penulis menyiapkan sepuluh kombinasi penampilan untuk perempuan yang terdiri dari lima penampilan kelas sosial tinggi dan lima penampilan kelas sosial rendah. Begitu pula untuk laki-laki, penulis menyiapkan sepuluh kombinasi penampilan yang terdiri dari lima penampilan kelas sosial tinggi dan lima penampilan kelas sosial rendah.

Dalam menyusun kombinasi penampilan kelas sosial rendah dan tinggi, penulis menggunakan dua model yang akan difoto, satu perempuan dan satu laki-laki. Masing-masing model didandani agar tampak berasal dari kelas sosial tinggi dan rendah. Penulis melakukan pengontrolan pada kedua penampilan agar bersifat setara. Posisi dan ekspresi wajah masing-masing model dibuat sama pada kelas sosial tinggi dan rendah. Perbedaannya hanya terletak pada pakaian dan aksesoris yang dikenakannya.

Pilot study 2 dilakukan pada tanggal 13, 14, dan 17 Maret 2008. Partisipannya mahasiswa dan mahasiswi Universitas Indonesia, 25 laki-laki dan 27 perempuan. Prosedur pelaksanaan *pilot study 2* sama dengan pelaksanaan pada *pilot study 1*. Perbedaannya adalah terletak pada item berupa pernyataan yang mengidikasikan apakah orang pada gambar tersebut berasal dari kelas sosial rendah (1) atau tinggi (7) (lihat gambar 3.2).

No:						
Kelas Sosial Orang pada Gambar Tersebut						
rendah						
tinggi						

Gambar 3.2. Item untuk Penentuan Penampilan Kelas Sosial

Seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.3, diperoleh hasil pada model perempuan, penampilan 3 memperoleh penilaian paling rendah dan penampilan 9 memperoleh penampilan paling tinggi. Pada model laki-laki, penilaian terendah adalah penampilan 1 dan penilaian tertinggi adalah penampilan 10. Pada masing-masing model, perempuan dan laki-laki, penilaian terendah akan digunakan sebagai gambar orang lain dari kelas sosial rendah. Sebaliknya, penilaian tertinggi akan digunakan sebagai gambar orang lain dari kelas sosial tinggi pada skenario.

Untuk memastikan bahwa gambar penampilan model dipersepsi sesuai dengan yang diharapkan, maka penulis melakukan *manipulation check* untuk gambar tersebut. Partisipan diminta untuk menjawab darimana asal kelas sosial orang yang ada pada gambar (item sama pada saat *pilot*, gambar 3.2).

Tabel 3.3. Hasil *Pilot Study 2*: Penentuan Penampilan Konsumen Lain dari Kelas Sosial Tinggi dan Rendah

Penampilan	Perempuan		Laki-laki		Laki-laki (Revisi)	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Gambar 1	5.15	1.26	2.68	.98	4.35	.81
Gambar 2	2.93	1.29	4.72	1.02	2.65	1.35
Gambar 3	2.52	.93	3.40	1.15	2.35	.81
Gambar 4	5.07	1.23	3.24	1.05	3.90	.72
Gambar 5	3.04	1.05	5.04	1.13	4.10	.79
Gambar 6	5.04	1.01	4.84	.98	4.20	1.06
Gambar 7	5.11	1.15	2.96	1.31	1.75	.72
Gambar 8	2.59	1.01	4.96	1.02	2.35	.88
Gambar 9	5.59	.93	3.40	.82	-	-
Gambar 10	3.33	1.17	5.20	1.04	-	-

Keterangan. Gambar penampilan kelas sosial tinggi dan rendah dapat dilihat pada lampiran 2

Pada partisipan perempuan, *mean* asal kelas sosial lebih besar pada skenario tampilan kelas sosial tinggi ($M_9 = 4.42$, $SD = .515$) daripada tampilan kelas sosial rendah ($M_3 = 3.50$, $SD = .707$), $t(20) = 3.516$, $p = .002$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok yang memperoleh tampilan kelas sosial tinggi dan rendah. Dengan kata lain, partisipan dapat membedakan tampilan kelas sosial tinggi dan rendah. Oleh karena itu, kedua gambar tersebut dipakai dan dimasukkan ke dalam kuesioner tahap kedua.

Hasil penghitungan untuk laki-laki ternyata mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan antara kelompok yang memperoleh skenario dengan tampilan kelas sosial tinggi ($M_{10} = 4.10$, $SD = 1.524$) dan kelas sosial rendah ($M_7 = 3.17$, $SD = 1.193$), $t(20) = 1.612$, $p = .123$. Oleh karena itu, dilakukan revisi gambar tampilan kelas sosial tinggi dan rendah untuk model laki-laki.

3.4.3. *Pilot Study 3*: Revisi Penampilan Model Laki-laki yang Mewakili Konsumen Lain dari Kelas Sosial Tinggi dan Rendah

Penulis mewawancarai tiga partisipan *pilot study 2* dan bertanya mengenai penampilan seperti apa yang benar-benar dapat dipersepsi kelas sosial tinggi dan rendah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa untuk tampilan kelas sosial tinggi sebaiknya mengenakan baju yang bertuliskan merek terkenal. Untuk tampilan

kelas sosial rendah, mengenakan baju yang biasanya dibagikan gratis, misalnya baju kampanye atau baju promosi dari produk tertentu.

Revisi dilakukan dengan menyiapkan tiga kombinasi tampilan kelas sosial tinggi dan rendah. Selain itu, penulis juga menyertakan dua tampilan yang telah terpilih sebelumnya yang bertujuan untuk membandingkan apakah kombinasi tampilan yang baru memang lebih baik daripada yang sebelumnya. Item dan prosedur pengambilan data sama dengan *pilot study 2*. Partisipannya mahasiswa Universitas Indonesia sebanyak 20 orang.

Berdasarkan tabel 3.3 (kolom laki-laki revisi), dapat dilihat bahwa penampilan 7 memperoleh penilaian paling rendah dan penampilan 1 memperoleh penilaian paling tinggi. Hasil penghitungan dengan teknik *independent samples t-test* menunjukkan bahwa penampilan 1 dinilai lebih tinggi ($M_1 = 4.30$, $SD = .675$) secara signifikan daripada penampilan 7 ($M_7 = 1.70$, $SD = .675$), $t(20) = 8.614$, $p = .000$). Hal ini sesuai dengan yang diharapkan penulis, kedua penampilan ini akan digunakan dalam kuesioner tahap kedua.

3.5. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian skripsi ini berupa kuesioner yang diberikan kepada partisipan melalui dua tahap. Tahap pertama merupakan kuesioner mengenai *power distance* (PD). Berdasarkan hasil kuesioner ini, partisipan akan dibagi menjadi dua kelompok yaitu partisipan dengan PD tinggi dan rendah. Setelah itu, penulis akan menghubungi kembali partisipan tersebut dan memberikan kuesioner tahap kedua.

3.5.1. Kuesioner Tahap I

Kuesioner tahap pertama terdiri dari tiga bagian, yaitu pembuka, skala *power distance*, dan data partisipan. Kuesioner lengkap tahap pertama dapat dilihat pada lampiran 3.

a. Pembuka

Bagian pembuka merupakan bagian dimana penulis memperkenalkan diri, menyampaikan tujuan penelitian, dan meminta kesediaan partisipan untuk mengisi

kuesioner, serta menyampaikan bahwa tidak ada jawaban benar maupun salah dalam penelitian ini.

b. Skala *Power Distance* (PD)

Pada bagian ini, terdapat delapan item akhir hasil penghitungan analisis faktor dan *Cronbach's Alpha* yang terdiri dari 7 item *favorable* dan 1 item *unfavorable* (lihat tabel 3.4).

Tabel 3.4. Penyebaran Item *Power Distance* pada Kuesioner Tahap I

Konteks	Nomor Item		Contoh Item
	<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	
Keluarga	1	4	Kesetaraan antara orangtua dan anak dalam proses pengambilan keputusan di keluarga (<i>unfavorable</i>)
Masyarakat	2, 3, 5	-	Mendahulukan kepentingan tokoh masyarakat (<i>favorable</i>)
Organisasi	6, 7, 8	-	Membiarkan atasan mengambil keputusan tanpa menunggu persetujuan bawahan (<i>favorable</i>)

c. Data Partisipan

Bagian ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui apakah partisipan telah sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, salah satunya adalah kelas sosial partisipan. Pengukuran kelas sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran berdasarkan pengeluaran rutin individu per-bulan (lihat gambar 3.3).

1. Berapa jumlah **pengeluaran rutin** Anda setiap **bulannya**?


Pengeluaran rutin termasuk:

- makanan dan minuman sehari-hari
- ongkos transportasi umum atau bensin
- sewa kost atau kontrakan per bulan
- voucher isi ulang atau tagihan telepon
- rokok
- biaya fotokopi

TIDAK termasuk:

- biaya kuliah dan beli buku
- pengeluaran spesial (misalnya kado ulang tahun atau liburan)
- pengeluaran tidak terduga (misalnya berobat ke dokter)

Rp 500.000 atau kurang
 Rp 500.001 – Rp 700.000
 Rp 700.001 – Rp 1.000.000
 Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
 Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000
 Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 Lebih dari Rp. 3.000.000



Gambar 3.3. Item Pengeluaran Rutin pada Data Partisipan

Pertanyaan lain yang diajukan adalah usia, jenis kelamin, asal fakultas, jenis kendaraan pribadi yang digunakan ke kampus (jika ada), dan terakhir adalah nomor telepon yang dapat dihubungi untuk dipergunakan saat meminta kesediaan partisipan mengisi kuesioner tahap kedua.

3.5.2. Kuesioner Tahap II

Kuesioner tahap kedua terdiri dari delapan bagian, yaitu pembuka, skenario, skala evaluasi terhadap kaus, skala intensi membeli kaus, skala rasa jijik, data partisipan, dan yang terakhir adalah *manipulation check*. Kuesioner lengkap untuk tahap kedua dapat dilihat pada lampiran 3.

a. Pembuka dan Pengantar

Serupa dengan bagian pembuka pada kuesioner tahap pertama, pada bagian ini penulis memperkenalkan diri, menyampaikan tujuan penelitian, dan meminta kesediaan partisipan untuk mengisi kuesioner, serta menyampaikan bahwa tidak ada jawaban benar maupun salah dalam penelitian ini. Pada bagian pengantar, berisi mengenai informasi bahwa partisipan akan membaca satu cerita dan kemudian diminta untuk menjawab pertanyaan.

b. Skenario

Pada bagian ini, partisipan akan membaca satu cerita dan diminta untuk membayangkan dirinya sedang mengunjungi sebuah distro untuk mencari kaus. Kaus yang dia cari ternyata hanya tinggal satu dan sekarang sedang dicoba oleh konsumen lain.

Selain itu, terdapat dua gambar pada bagian ini, yaitu gambar kaus dan gambar konsumen lain yang telah mencoba kaus tersebut. Gambar-gambar yang dipilih berdasarkan hasil *pilot study* 1 dan 2. Isi skenario untuk partisipan laki-laki dengan konsumen lain dari kelas sosial tinggi dapat dilihat pada gambar 3.4.

Pada bagian skenario, terdapat pula instruksi agar partisipan benar-benar membaca cerita dengan seksama serta memperhatikan gambar-gambar yang ada pada skenario. Hal ini bertujuan agar stimulus cerita dan gambar benar-benar tertanam pada partisipan selama mengisi kuesioner kedua.



Gambar 1

BAYANGKAN suatu hari, Anda mengunjungi sebuah distro. Anda berencana untuk mencari satu kaus yang akan Anda pakai untuk kuliah. Pilihan Anda jatuh pada satu kaus berwarna putih seperti pada **gambar 1**.

Saat bertanya kepada pramuniaga mengenai ukuran kaus yang sesuai dengan Anda, dia mengatakan bahwa ukuran kaus yang Anda cari **hanya tinggal satu** dan sekarang **sedang dicoba** oleh orang lain di ruang ganti (*fitting room*).

Tak berapa lama, orang itu keluar dari ruang ganti. Dia **telah selesai** mencoba kaus tersebut dan mengembalikannya kepada pramuniaga. **Gambar 2** adalah orang yang telah mencoba kaus tersebut.



Gambar 2

Gambar 3.4. Skenario untuk Partisipan Laki-Laki dengan Konsumen Lain dari Kelas Sosial Tinggi

Sesuai dengan desain penelitian, akan terdapat empat kombinasi skenario yang berbeda. Dua skenario untuk partisipan laki-laki dan dua skenario untuk partisipan perempuan dengan desain kaus yang berbeda (lihat gambar 3.5).

Laki-laki	Perempuan

Gambar 3.5. Stimulus Kaus untuk Laki-laki dan Perempuan

Gambar Partisipan	Orang Lain dari Kelas Sosial Tinggi	Orang Lain dari Kelas Sosial Rendah
Laki-laki		
Perempuan		

Gambar 3.6. Penampilan Orang Lain yang Telah Mencoba Kaus

Kemudian, masing-masing skenario tersebut akan terdiri dari gambar konsumen lain dengan penampilan dari kelas sosial tinggi atau kelas sosial rendah (lihat gambar 3.6).

c. Skala Evaluasi terhadap Kaus

Setelah membaca cerita pada bagian sebelumnya, partisipan diminta untuk memberikan penilaian mereka pada kaus tersebut. pada bagian ini, akan terdapat lima item yang diacak urutan penyajiannya sehingga kata yang bermakna negatif tidak selalu di ruas paling kiri dan sebaliknya kata yang bermakna positif tidak selalu berada di ruas paling kanan. Dua item contoh skala evaluasi kaus dapat dilihat pada gambar 3.7.

Bagaimana tanggapan Anda terhadap kaus pada gambar 1?						
jelek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bagus
menarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	tidak menarik

Gambar 3.7. Contoh Item-item untuk Skala Evaluasi terhadap Kaus

d. Skala Intensi Membeli Kaus

Serupa dengan item untuk skala evaluasi terhadap kaus, pada bagian ini akan terdapat satu item skala Likert dengan 6 ruas yang mengindikasikan seberapa besar keinginan partisipan untuk membeli kaus tersebut (lihat gambar 3.8)

Bila Anda memiliki uang yang cukup, apakah Anda ingin membeli kaus pada gambar 1?						
sangat tidak ingin membeli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sangat ingin membeli

Gambar 3.8. Item untuk Skala Intensi Membeli Kaus

e. Skala Rasa Jijik

Pada bagian ini, terdapat empat item untuk mengukur rasa jijik terhadap kaus yang ditimbulkan dari pemakaian kaus tersebut oleh konsumen lain. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan 6 ruas. Contoh item dapat dilihat pada gambar 3.9.

<p>Saya merasa jijik saat membayangkan akan memakai kaus (gambar 1) yang telah dipakai oleh orang pada gambar tersebut.</p> <p>sangat tidak sesuai <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> sangat sesuai</p>						
<p>Saya merasa jorok karena akan memakai kaus (gambar 1) yang telah dipakai oleh orang pada gambar tersebut.</p> <p>sangat tidak sesuai <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> sangat sesuai</p>						

Gambar 3.9. Contoh Item untuk Skala Rasa Jijik

f. Data Partisipan

Bagian ini berisi beberapa pertanyaan yang harus diisi oleh partisipan. Data partisipan pada kuesioner kedua ini akan dicocokkan dengan data partisipan pada kuesioner pertama sehingga memudahkan penulis untuk mengolah data pada kuesioner tahap kedua ini. Hal-hal yang ditanyakan meliputi usia, jenis kelamin, asal fakultas, dan nomor telepon yang dapat dihubungi.

g. Manipulation Check

Bagian ini merupakan bagian terakhir pada kuesioner tahap kedua. Dalam pelaksanaannya, *manipulation check* akan diberikan terpisah, setelah partisipan menyelesaikan kuesioner dan kemudian dikumpulkan kepada penulis. Hal ini bertujuan agar saat mengisi *manipulation check*, partisipan tidak dapat melihat lagi keterangan maupun gambar yang terdapat di dalam skenario.

Manipulation check akan terdiri dari dua pertanyaan. Pertanyaan pertama bertujuan untuk menguji apakah manipulasi yang diberikan kepada partisipan

berhasil atau tidak. Pada pertanyaan ini, partisipan diminta untuk menjawab asal kelas sosial konsumen lain yang telah mencoba kaus tersebut. Item tersebut menyediakan enam ruas dengan pilihan ‘kelas sosial tinggi’ dan ‘kelas sosial rendah’ pada kedua kutubnya.

1. Menurut Anda, orang yang telah mencoba kaus tersebut berasal dari kelas sosial mana?									
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: left; padding-right: 20px;">kelas sosial rendah</td> <td style="text-align: center;"> <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> </td> <td style="text-align: right; padding-left: 20px;">kelas sosial tinggi</td> </tr> </table>	kelas sosial rendah	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>							kelas sosial tinggi
kelas sosial rendah	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>							kelas sosial tinggi	
3. Seberapa seriuskah Anda mengerjakan kuesioner ini?									
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: left; padding-right: 20px;">serius</td> <td style="text-align: center;"> <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> </td> <td style="text-align: right; padding-left: 20px;">tidak serius</td> </tr> </table>	serius	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>							tidak serius
serius	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>							tidak serius	

Gambar 3.10. Item untuk *Manipulation Check*

Pernyataan kedua bertujuan untuk menguji keseriusan partisipan dalam mengerjakan kuesioner. Bentuknya serupa dengan item pada pertanyaan pertama, mulai dari ‘serius’ hingga ‘tidak serius’. Item untuk *manipulation check* dapat dilihat pada gambar 3.10.

h. Kasus untuk Validitas Eksternal Skala *Power Distance* (PD)

Pada bagian ini, terdapat satu item untuk menguji validitas eksternal *power distance*. Pertanyaan berupa kasus untuk melihat apakah partisipan keberatan atau tidak keberatan duduk bersebelahan dengan pembantu rumah tangga, yang memiliki kelas sosial lebih rendah (lihat gambar 3.11). Partisipan dengan PD tinggi diharapkan cenderung menjawab keberatan dan sebaliknya, partisipan dengan PD rendah diharapkan menjawab tidak keberatan. Item tersebut menyediakan enam ruas jawaban mulai dari ‘sangat tidak keberatan’ hingga ‘sangat keberatan’. Validitas eksternal skala PD dipaparkan lebih detail pada bab lima mengenai diskusi.

2. Bayangkan Anda sedang duduk di sofa dan menonton televisi bersama keluarga. Sofa tersebut cukup untuk tiga orang dan bagian sofa di samping Anda masih kosong. Tiba-tiba pembantu Anda (berjenis kelamin sama dengan Anda) datang dan ingin menonton televisi juga. Apakah Anda keberatan atau tidak keberatan jika dia duduk satu sofa dengan Anda?

sangat tidak keberatan

--	--	--	--	--	--

sangat keberatan

Gambar 3.11. Item Kasus untuk Validitas Eksternal Skala PD

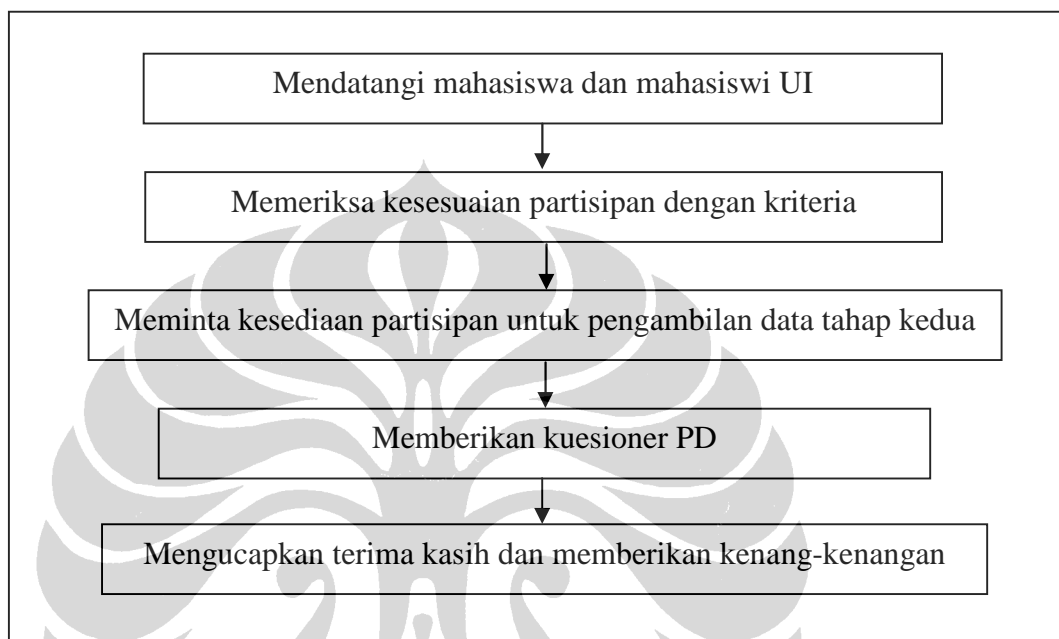
3.6. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama adalah penyebaran kuesioner mengenai PD. Penyebaran kuesioner dilakukan di Universitas Indonesia.

Saat menyebarkan kuesioner, penulis dibantu oleh 16 rekan yang seluruhnya adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Indonesia. Rekan pengambil data berjenis kelamin sama dengan partisipan. Kepada rekan pengambil data, penulis memberitahukan kriteria partisipan dalam penelitian skripsi ini, meminta mereka mencatat siapa saja partisipan yang mengisi kuesioner tahap I untuk memudahkan pengambilan data kuesioner tahap II. Kemudian, penulis mengadakan *briefing* mengenai prosedur penelitian berikut kepada seluruh rekan pengambil data.

Prosedur penelitian adalah sebagai berikut (lihat gambar 3.12). Sebelum memberikan kusioner tahap pertama, penulis atau rekan penulis menjalin *rapport* dan menanyakan kesediaan partisipan untuk mengisi kuesioner. Apabila partisipan telah bersedia, maka penulis mengajukan pertanyaan awal mengenai jumlah pengeluaran rutin per bulan dan kendaraan pribadi yang digunakan ke kampus. Hal ini bertujuan untuk memastikan apakah partisipan telah sesuai dengan kriteria atau tidak. Setelah itu, penulis meminta kesediaan partisipan untuk pengambilan data tahap kedua. Apabila sesuai dengan kriteria dan bersedia untuk kuesioner tahap kedua, maka partisipan tersebut diminta untuk mengisi kuesioner tahap pertama. Setelah partisipan mengerjakan kuesioner tahap pertama, maka penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan kenang-kenangan.

Setelah data tahap pertama diolah, partisipan dibagi menjadi dua kelompok yaitu PD tinggi dan rendah. Pembagian dilakukan berdasarkan median dari total skor pada skala PD dan dilakukan terpisah pada partisipan laki-laki dan perempuan. (Median laki-laki = 14.5; Median perempuan = 12). Hal ini bertujuan agar proporsi pada keduanya menjadi seimbang.

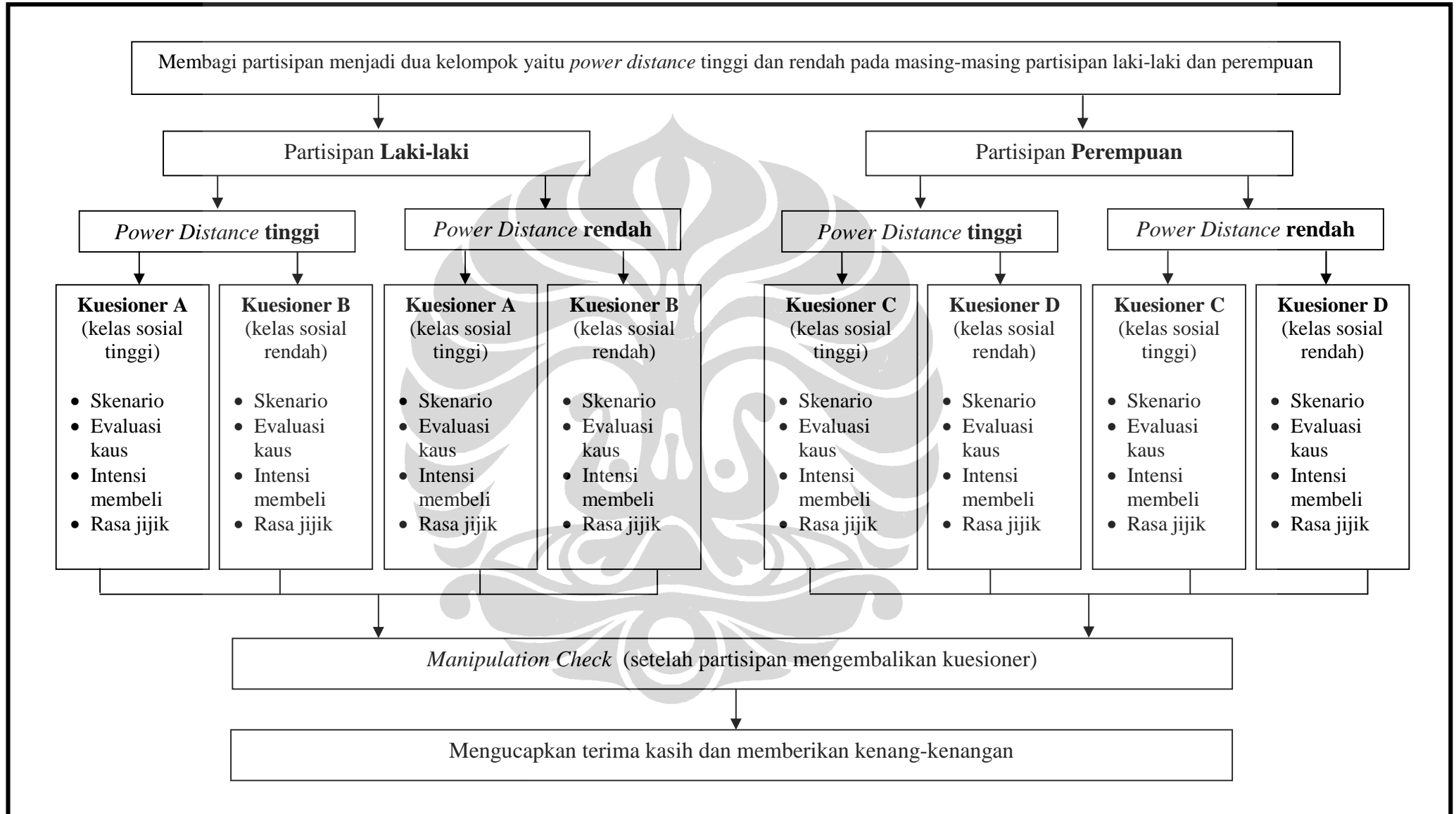


Gambar 3.12. Prosedur Penelitian Tahap Pertama

Langkah selanjutnya adalah menyiapkan kuesioner tahap kedua. Kuesioner tahap kedua dibagi menjadi empat versi, yaitu sebagai berikut.

- Kuesioner versi A: konsumen laki-laki dari kelas sosial tinggi.
- Kuesioner versi B: konsumen laki-laki dari kelas sosial rendah.
- Kuesioner versi C: konsumen perempuan dari kelas sosial tinggi.
- Kuesioner versi D: konsumen perempuan dari kelas sosial rendah.

Keempat versi diberikan berdasarkan jenis kelamin partisipan. Kuesioner A dan B untuk partisipan laki-laki. Kuesioner C dan D untuk partisipan perempuan. Masing-masing versi kuesioner diberikan pada kedua kelompok partisipan PD tinggi dan rendah. Pemberian kuesioner dilakukan secara acak dengan melakukan undian terhadap partisipan mana yang memperoleh kuesioner A, B, C, dan D.



Gambar 3.13. Prosedur Penelitian Tahap Kedua

Pengambilan data tahap kedua dilakukan setelah penulis menghubungi kembali masing-masing partisipan dari tahap pertama. Penulis atau rekan penulis kemudian mendatangi partisipan, meminta kesediaan partisipan, dan kemudian meminta partisipan untuk mengisi kuesioner tahap kedua.

Setelah partisipan selesai mengerjakan kuesioner tahap kedua, penulis memeriksa kembali apakah ada bagian yang terlewat atau belum. Setelah itu, penulis atau rekan penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan kenang-kenangan kepada partisipan atas kerjasamanya. Bagan mengenai pelaksanaan penelitian tahap kedua dapat dilihat pada gambar 3.13.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Skoring *Power Distance* (PD) Setelah Pengambilan Data

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

- a. Memberi nilai 1 untuk jawaban pada ruas ‘sangat tidak penting’ hingga angka 6 untuk ‘sangat penting’.
- b. Melakukan *reverse coding* untuk item *unfavorable* yaitu item nomor 4. Skoring bersifat kebalikan dari skoring item *favorable* (1 = sangat penting, 6 = sangat tidak penting). Dengan demikian, skor tinggi menunjukkan bahwa partisipan memiliki PD tinggi.
- c. Melakukan analisis faktor seperti pada subbab 3.2.3 terhadap 8 item *power distance* untuk menguji validitas alat ukur. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa faktor PD menerangkan 35.12% dari total varians skala dan terdapat empat item yang memiliki *loading* kurang dari 0.3. Delapan item tersebut dibuang.
- d. Kemudian penulis menghitung *Cronbach’s Alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa $\alpha = .625$.
- e. Empat item yang dihapus berupa 1 item konteks keluarga dan 3 item konteks lingkungan kerja. Jadi, total item yang akan digunakan untuk pembagian PD

tinggi dan rendah adalah adalah 4 item, yaitu item 1, 2, 3, dan 5 (konteks keluarga dan masyarakat).

- f. Menjumlahkan nilai dari masing-masing item (item 1, 2, 3, dan 5) sehingga diperoleh skor total untuk masing-masing partisipan.

3.7.2. Skoring Skala Evaluasi Kaus, Intensi Membeli Kaus, dan Jijik

Skor tinggi pada skala evaluasi kaus, intensi membeli, dan skala jijik masing-masing menunjukkan bahwa partisipan memiliki evaluasi terhadap kaus yang positif, keinginan membeli yang tinggi, dan rasa jijik yang tinggi pada kaus yang telah dicoba oleh orang lain.

Skoring dilakukan dengan cara memberi nilai 1 untuk ruas kiri hingga angka 6 untuk ruas kanan pada masing-masing skala. Kemudian, penulis melakukan *reverse coding* untuk item 2, 3, dan 4 pada skala evaluasi kaus. Setelah itu, penulis melakukan penghitungan korelasi antar-item untuk melihat apakah item pada masing-masing skala mengukur hal yang sama. Hasilnya adalah sebagai berikut.

- a. Lima item evaluasi kaus menghasilkan korelasi antar-item bernilai mulai dari $r = .689$ hingga $r = .770$ ($p = .000$). Hal ini menunjukkan bahwa lima item tersebut mengukur hal yang sama. Oleh karena itu, lima item tersebut dapat dirata-ratakan sehingga diperoleh nilai rata-rata evaluasi terhadap kaus. Nilai inilah akan digunakan dalam pengujian hipotesis.
- b. Langkah pertama juga dilakukan pada skala jijik. Hasil penghitungan korelasi antar-item bervariasi mulai dari $r = .591$ hingga $r = .731$ ($p = .000$). Penghitungan tersebut menunjukkan bahwa empat item skala jijik mengukur hal yang sama. Kemudian, empat item tersebut dapat dirata-ratakan sehingga diperoleh nilai rata-rata rasa jijik. Nilai inilah akan digunakan dalam pengujian hipotesis.

3.7.3. Prosedur dan Teknik Statistik Hipotesis 1

Uji hipotesis 1 (1a, 1b) akan dilakukan dengan membandingkan *mean* antar kelompok yaitu dengan teknik statistik *independent samples t-test*.

Hipotesis Statistik 1

H1_a: *M* evaluasi pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah < *M* evaluasi pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial tinggi.

H1_b: *M* intensi membeli pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah < *M* intensi membeli pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial tinggi.

Rumus perhitungan *independent sample t-test* untuk hipotesis 1 dan 2 adalah sebagai berikut (Guildford & Fruchter, 1978).

$$\frac{M_1 - M}{\sqrt{\frac{\frac{\Sigma x_1}{n_1} - \frac{\Sigma x}{n}}{2} + \frac{\frac{n_1}{n_1} - \frac{n}{n}}{2}}}$$

Keterangan:

$(M_1 - M_2)$ = *mean* evaluasi terhadap kaus atau intensi membeli kaus antara kelompok yang diberikan tampilan orang lain kelas sosial tinggi dan rendah.

Σx_1 dan Σx = *sum of squares* pada kelompok yang diberikan tampilan orang lain kelas sosial tinggi dan rendah.

n_1 dan n_2 = jumlah partisipan pada kelompok yang diberikan tampilan orang lain kelas sosial tinggi dan rendah.

Penghitungan *independent sample t-test* dilakukan dengan SPSS 11.5. Pada hipotesis 1a dan 1b, penghitungan dilakukan dengan memasukkan kelompok partisipan yang diberikan tampilan orang lain kelas sosial tinggi dan rendah sebagai *grouping variable*. Kemudian nilai rata-rata skor evaluasi dan skor intensi membeli kaus dimasukkan sebagai *test variables*.

Khusus untuk penghitungan pada hipotesis kedua, partisipan akan dibagi menjadi dua kelompok awal yaitu partisipan dengan PD tinggi dan PD rendah. Setelah itu, diadakan penghitungan *independent sample t-test* secara terpisah pada kedua kelompok tersebut.

3.7.4. Prosedur dan Teknik Statistik Hipotesis 2

Penghitungan untuk hipotesis dua dilakukan secara terpisah antara kelompok partisipan PD tinggi dan rendah. Setelah partisipan dibagi menjadi dua kelompok, dilakukan teknik statistik *independent sample t-test* secara terpisah pada kedua kelompok tersebut. Analisis dilakukan dengan sama dengan pada hipotesis 1 namun untuk hipotesis 2a dan 2d, yang dimasukkan sebagai *test variable* adalah nilai rata-rata rasa jijik.

Hipotesis Statistik 2

- H2_a:** Pada partisipan dengan **PD tinggi**, M rasa jijik pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah $> M$ rasa jijik pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial tinggi.
- H2_b:** Pada partisipan dengan **PD tinggi**, M evaluasi pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah $< M$ evaluasi pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial tinggi.
- H2_c:** Pada partisipan dengan **PD tinggi**, M intensi membeli pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah $< M$ intensi membeli pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial tinggi.
- H2_d:** Pada partisipan dengan **PD rendah**, tidak terdapat perbedaan M rasa jijik pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah maupun kelas sosial tinggi.

H2_c: Pada partisipan dengan **PD rendah**, tidak terdapat perbedaan *M* evaluasi pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah maupun kelas sosial tinggi.

H2_r: Pada partisipan dengan **PD rendah**, tidak terdapat perbedaan *M* intensi membeli pada kelompok partisipan yang diberikan tampilan kelas sosial rendah maupun kelas sosial tinggi.

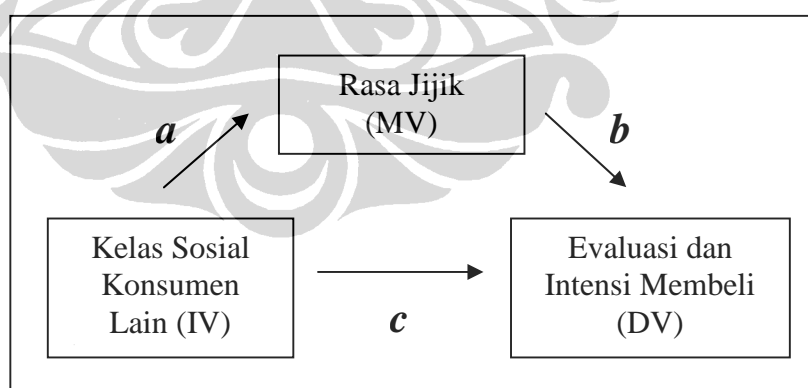
3.7.5. Prosedur dan Teknik Statistik Hipotesis 3

Model mediasi yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan satu IV, dua DV (dihitung terpisah), dan satu *mediator variable* (MV) (lihat gambar 3.14). Untuk menguji adanya efek yang ditimbulkan oleh variabel perantara (MV) dilakukan dengan penghitungan Sobel Test (Baron & Kenny, 1986; MacKinnon, Fairchild, Fritz, 2007; Louis, 2007).

Hipotesis Statistik 3

H3_a: Rasa jijik merupakan variabel mediator antara kelas sosial orang lain yang telah mencoba kaus dengan evaluasi terhadap kaus.

H3_b: Rasa jijik merupakan variabel mediator antara kelas sosial orang lain yang telah mencoba kaus dengan intensi membeli kaus.



Gambar 3.11. Skema Mediasi Rasa Jijik

Penghitungan *mediating effect* dengan teknik Sobel dilakukan dengan memenuhi langkah-langkah berikut (Baron & Kenny, 1986).

- a. Melihat pengaruh IV terhadap DV, IV harus mempengaruhi DV secara signifikan.

- b. Menghitung regresi untuk melihat pengaruh antara IV dengan MV. Hasil penghitungan regresi IV pada MV harus memberikan hasil yang signifikan.
- c. Menghitung regresi dari MV pada DV. Hasil penghitungan regresi ini juga harus signifikan, artinya MV memiliki pengaruh terhadap DV.

Jika ketiga langkah ini dilakukan, maka diperoleh koefisien regresi a dan b serta masing-masing standar eror-nya (lihat gambar 3.11). Koefisien yang menghubungkan pengaruh antara IV dan DV harus lebih besar daripada koefisien yang menghubungkan antara IV dan DV saat mempertimbangkan pengaruh MV.

Selanjutnya, penghitungan Sobel Test sudah dapat dilakukan. Terdapat tiga cara untuk menghitung Sobel Test. Pertama dengan memasukkan masing-masing koefisien secara manual ke dalam persamaan Sobel's z dan kemudian melihat nilai signifikansinya pada tabel. Persamaan untuk Sobel's z adalah sebagai berikut.

$$\text{Sobel's } z = \frac{a \cdot b}{\sqrt{s_a^2 \cdot s_b^2}}$$

Keterangan:

- a = *unstandardized* koefisien regresi untuk pengaruh antara IV pada MV.
- s_a = standar eror dari a .
- b = *unstandardized* koefisien regresi untuk pengaruh antara MV pada DV.
- s_b = standar eror dari b .

Kedua, penghitungan Sobel Test dapat dilakukan secara interaktif pada *website* dengan memasukkan koefisien a , b , s_a , dan s_b pada kolom yang tersedia (www.people.ku.edu/~preacher/sobel/sobel.htm). Ketiga, penghitungan Sobel Test juga dapat dilakukan dengan memasukkan masing-masing koefisien pada file *excel* WIMP (Winnifred's Mediation Program) yang dibuat oleh Louis (2007). Penelitian dalam skripsi ini menggunakan cara kedua dan ketiga untuk menghitung Sobel Test.