

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, sesuai dengan namanya, pendekatan tersebut banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2006: 12). Pendekatan ini juga menggunakan metode-metode atau prosedur-prosedur yang menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel yang diukur—biasanya instrumen-instrumen penelitian—sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik. Laporan akhir untuk penelitian ini pada umumnya memiliki struktur yang ketat dan konsisten mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan (Creswell, 2010: 5).

B. IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel merujuk pada karakteristik atau atribut seorang individu atau suatu organisasi yang dapat diukur atau diobservasi (Creswell, 2010: 76). Variabel dapat diukur atau dinilai berdasarkan satu skala.

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang coba diteliti, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat):

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut variabel *stimulus*, *prediktor*, *anteecedent*, dan *eksogen* (Idrus, 2009: 79). Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/ terikat (Sugiyono, 2011: 39). Dalam penelitian ini variabel independen berupa persepsi.

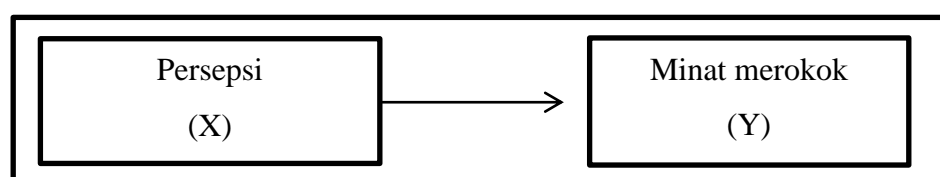
2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, *konsekuen*, dan *endogen* (Idrus, 2009: 79). Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena variabel bebas (Sugiyono, 2011: 39). Dalam penelitian ini variabel itu berupa minat merokok.

Adapun variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Variabel independen (X): persepsi
- b. Variabel dependen (Y) : minat merokok

Sehingga dapat dirumuskan skema variabel dalam penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 3.1. Skema Variabel Penelitian

C. DEFINISI OPERASIONAL

1. Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indera, dimana seseorang menerima stimulus dari luar dengan penuh kesadaran dan berusaha untuk memahami serta menginterpretasi stimulus tersebut menjadi sebuah makna.

2. Minat Merokok

Minat merokok adalah suatu sikap terhadap rokok yang berlangsung secara terus menerus dengan perasaan positif bahwa merokok merupakan perilaku yang berharga dan memotivasi untuk tetap cenderung kepada rokok. Ada tiga aspek yang membentuk minat merokok seseorang, yaitu: respon sikap terhadap rokok, perasaan terhadap rokok, dan motivasi yang cenderung kepada rokok.

D. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi Penelitian

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2009: 77). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah mahasiswa laki-laki yang merokok di UIN Maliki Malang. Mahasiswa laki-laki perokok UIN Maliki Malang dipilih sebagai populasi penelitian karena seorang perokok pasti sudah memiliki

minat terhadap rokok sehingga respon yang mereka berikan diharapkan dapat merepresentasikan penelitian ini dengan baik.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena merupakan bagian dari populasi, sampel harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya (Azwar, 2009: 79). Dalam penelitian ini sampel merupakan mahasiswa laki-laki yang merokok perwakilan dari UIN Maliki Malang dengan rentang usia 16–29 tahun.

Arikunto (2006: 134) menyatakan bahwa batasan suatu penelitian dapat bersifat penelitian populasi atau sample dengan pertimbangan apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Apabila jumlah subjek terlalu besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10–15% atau 20–25% atau lebih setidaknya tergantung dari:

- a. Kemampuan penulis dilihat dari waktu, tenaga, dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut sedikit banyaknya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh penulis. Penelitian yang memiliki resiko besar tentu saja jika sampelnya besar maka hasilnya akan lebih baik.

Adapun dalam penelitian ini dengan populasi 2938 orang, maka penelitian ini merupakan penelitian sampel. Berbagai pertimbangan dilaku-

kan sehingga penelitian ini mengambil sampel sebanyak 10-15% dari keseluruhan subjek dengan jumlah 2938 orang. Subjek yang seharusnya digunakan sebanyak 293 orang akan tetapi peneliti mengambil 206 orang dikarenakan jumlah mahasiswa aktif UIN Maliki Malang yang merokok tidak dapat dipastikan sehingga peneliti mengambil subjek sesuai dengan kemampuan peneliti dalam menyebar skala serta menimbang waktu yang diperlukan untuk menyebar skala uji coba kepada mahasiswa di luar UIN sebanyak 75 orang dan skala uji pakai kepada mahasiswa UIN sebanyak 206 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam banyak hal pengujian atau eksperimen tidak mungkin melibatkan seluruh populasi. Oleh sebab itu, penelitian atau eksperimen dilaksanakan melalui *sampling*. Kaidah umum yang perlu diperhatikan adalah pengambilan sampel memberikan peluang setiap anggota dari populasi untuk dipilih sebagai sampel (Reksoatmodjo, 2007: 5).

Penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling* (sampling kelompok). Teknik *clustering sampling* adalah teknik yang ideal ketika peneliti merasa tidak mungkin mengumpulkan semua daftar elemen yang membentuk populasi (Barbie dalam Creswell, 2010: 218). Teknik ini digunakan oleh peneliti apabila dalam populasi terdapat kelompok-kelompok yang mempunyai ciri-ciri tersendiri (Idrus, 2009: 96). Ciri-ciri subjek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif UIN Maliki Ma-

lang, berjenis kelamin laki-laki, dan perokok aktif. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, mahasiswa laki-laki perokok ini dipilih karena seorang perokok pastilah sudah memiliki ketertarikan tersendiri terhadap rokok.

E. METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu data tentang persepsi dan minat merokok pada mahasiswa perokok menggunakan metode sebagai berikut.

1. Wawancara behavioral

Suatu wawancara dengan mengajukan pertanyaan untuk mengetahui lebih banyak tentang riwayat dan aspek situasional dari perilaku bermasalah. Wawancara ini tergolong wawancara klinis yang berfokus pada mengaitkan perilaku bermasalah dengan stimuli yang merupakan antecedent dan konsekuensi-konsekuensi *reinforcement* (Nevid et al., 2003: 91).

Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2011: 232) mengemukakan:

“Interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation or phenomenon than can be gained through observation alone.”

Jadi dengan wawancara maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi (Sugiyono, 2011: 232).

Dalam penelitian ini wawancara tersebut dimaksudkan untuk mengetahui lebih dalam tentang pemikiran subjek terhadap rokok dan melengkapi data penelitian.

2. Observasi

Marshall (dalam Sugiyono, 2011: 226) menyatakan bahwa:

“Through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior.”

Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2011: 226).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi tentang sikap mahasiswa terhadap rokok dengan terjun langsung mengamati fenomena tersebut di tempat mahasiswa biasa menghabiskan waktu untuk merokok.

3. Skala

Skala pengukuran psikologis merupakan pengungkapan atribut yang konsepsinya abstrak, sebagaimana aspek-aspek kepribadian, tidak dapat dilakukan secara langsung melainkan harus melalui indikator-indikator perilaku yang diidentifikasi secara jelas. Aitem-aitem (pertanyaan dalam tes) harus ditulis menurut suatu kaidah tertentu dan perlu diuji melalui analisis empiris sehingga dapat diperoleh suatu bentuk alat ukur yang reliabel dan valid (Azwar, 2009: 100).

Skala dalam penelitian ini akan diberikan kepada subjek untuk mengukur seberapa besar pengaruh persepsi label peringatan bergambar pada kemasan rokok terhadap minat merokok subjek.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengukur pengaruh persepsi label bergambar pada kemasan rokok terhadap minat merokok menggunakan angket terbuka untuk skala persepsi dan sikap model likert untuk skala minat merokok. Dalam penyusunan skala psikologi pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu 1) bentuk pernyataan dengan pilihan dan 2) bentuk pertanyaan (Azwar, 2004: 29).

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2011: 134). Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun aitem-aitem instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, baik bersifat *favorable* (positif) bersifat *unfavorable* (negatif).

Skala ini menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh para peneliti dengan cara mengajukan beberapa pernyataan kepada responden. Kemudian responden diminta memberikan pilihan jawaban atau respon dalam skala ukur yang telah disediakan.

Jawaban setiap aitem instrumen yang menggunakan skala likert ini mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata antara lain: 1) Sangat Sesuai, 2) Sesuai, 3) Agak Sesuai, 4) Tidak Sesuai, 5) Sangat Tidak Sesuai. Sistem penilaian dalam skala likert adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1. Penilaian dalam Skala Likert

Skor aitem <i>unfavourable</i>	Jawaban	Skor aitem <i>favourable</i>	Jawaban
0	Sangat Sesuai	4	Sangat Sesuai
1	Sesuai	3	Sesuai
2	Agak Sesuai	2	Agak Sesuai
3	Tidak Sesuai	1	Tidak Sesuai
4	Sangat Tidak Sesuai	0	Sangat Tidak Sesuai

Angket terbuka untuk variabel persepsi ini adalah angket yang disajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya (Riduwan, 2005: 71). Pada angket terbuka ini peneliti memberikan lima pertanyaan terbuka tentang kelima gambar yang ada pada kemasan rokok dan meminta responden untuk memberikan pendapatnya terhadap gambar tersebut.

Dari respon yang diberikan subjek terhadap kelima gambar yang ada pada kemasan rokok ini kemudian peneliti memadapatkan respon tersebut menjadi lima kategori jawaban sehingga pemberian skor dan penilaian selanjutnya sama seperti yang dilakukan untuk skala likert. Sistem penilaian dalam angket terbuka dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.2. Penyesuaian Nilai Angket Terbuka dengan Skala Likert

Respon subjek	Skor aitem	Kategori
Mengingatkan bahaya merokok	4	Sangat Sesuai
Memberi peringatan		
Tidak mendidik		
Tidak baik		
Berbahaya		
Mengerikan	3	Sesuai
Menjijikkan		
Mengganggu		
Menakutkan		
Kasihannya		
Kanker mulut	2	Agak Sesuai
Penyakit tenggorokan		
Penyakit paru-paru		
Jelek		
Terlalu berlebihan/ keterlaluhan		
Biasa saja	1	Tidak Sesuai
Menginspirasi		
Kreatif		
Bagus		
Tidak percaya	0	Sangat Tidak Sesuai
Tidak efektif		
Keren		
Tidak jelas		
Lucu		

1. Angket Persepsi Terbuka

Untuk mengukur variabel persepsi, peneliti mengembangkan angket terbuka untuk mengetahui persepsi subjek terhadap kelima gambar yang ada pada kemasan rokok dengan memaparkan kelima gambar tersebut dan subjek diminta untuk memberikan respon terhadap masing-masing gambar sesuai dengan yang dikehendakinya, adapun *blue print* dari persepsi terhadap label peringatan bergambar adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3. Blue Print Angket Persepsi Terbuka

ASPEK	INDIKATOR	Nomor Aitem	Jumlah
Interpretasi gambar	Memahami makna label peringatan bergambar pada kemasan rokok	1, 2, 3, 4 5	5
TOTAL		5	5

2. Skala Minat Merokok

Untuk mengukur variabel minat merokok, peneliti mengembangkan skala berdasarkan tiga aspek minat menurut Chaplin (2005: 255), adapun *blue print* dari minat merokok adalah sebagai berikut.

Tabel 3.4. Blue Print Minat Merokok

ASPEK	INDIKATOR	SKALA	
		UF	F
Sikap terhadap rokok yang berlangsung terus menerus	Kecenderungan terhadap erokok yang tinggi	2, 4	1, 3
	Perasaan positif terhadap rokok (keberpihakan)	6, 8	5, 7
	Pengetahuan/keyakinan yang mempertahankan sikapnya terhadap rokok	10, 12	9, 11
Perasaan positif bahwa merokok berharga	Merokok merupakan sebuah keharusan	14, 16	13, 15
	Selalu menyempatkan merokok meskipun sedang sibuk	18	17, 19
	Mendahulukan merokok daripada kebutuhannya yang lain	20, 22	21, 23
Motivasi untuk tetap merokok	Alat pergaulan (psikososial)	24, 26	25, 27
	Kepuasan Saraf (sensorimotor)	28, 30	29

	Sumber kenikmatan (<i>indulgent</i>)	32, 34	31, 33
	Penenang (sedatif)	36, 38	35, 37
	Perangsang (stimulasi)	40, 42	39, 41
	Memenuhi kecanduan (adiktif)	44, 46	43, 45
	Keterbiasaan (otomatis)	48, 50	47, 49
	Jumlah	25	25

G. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INSTRUMEN

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut (Azwar, 2012: 8).

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah validitas isi untuk skala minat merokok serta uji coba untuk angket terbuka persepsi dan skala minat merokok.

a. Validitas Isi

Validitas isi (Azwar, 1999: 52) ialah validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap isi skala minat ini dengan analisis rasional atau lewat *professional judgment*. Pertanyaan yang dicari jawabannya dalam validitas ini adalah sejauhmana aitem-aitem skala minat tersebut mewakili komponen-komponen dalam keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur (aspek representasi) dan sejauhmana aitem-

aitem skala minat ini mencerminkan ciri sikap yang hendak diukur (aspek relevansi).

Lawshe (1975) mengusulkan rasio validitas isi (CVR) untuk mengukur derajat kesepakatan para ahli dari satu item dan yang dapat mengekspresikan tingkat validitas konten melalui indikator tunggal yang berkisar dari -1 sampai 1. Teknik yang digunakan dalam analisis ini adalah melalui Rasio validitas isi - Lawshe's CVR.

Lawshe (1975) mengusulkan bahwa setiap penilai/ *subject matter experts* (SME) yang terdiri dari panel juri untuk menjawab pertanyaan untuk setiap aitem dengan tiga pilihan jawaban yaitu (1) esensial, (2) berguna tapi tidak esensial, (3) tidak diperlukan. Menurut Lawshe, jika lebih dari setengah panelis menunjukkan bahwa aitem penting/ esensial, maka aitem tersebut memiliki setidaknya validitas isi. Formula yang diajukan oleh Lawshe:

$$CVR = \frac{Ne - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

Keterangan:

CVR : *Content Validity Ratio*

Ne : Jumlah anggota panelis yang menjawab “penting”

N : Jumlah total panelis

Tabel 3.5. Nilai Minimum CVR dengan Asumsi $p > 0,05$

Jumlah panelis	Nilai minimal
5	0,99
6	0,99
7	0,99

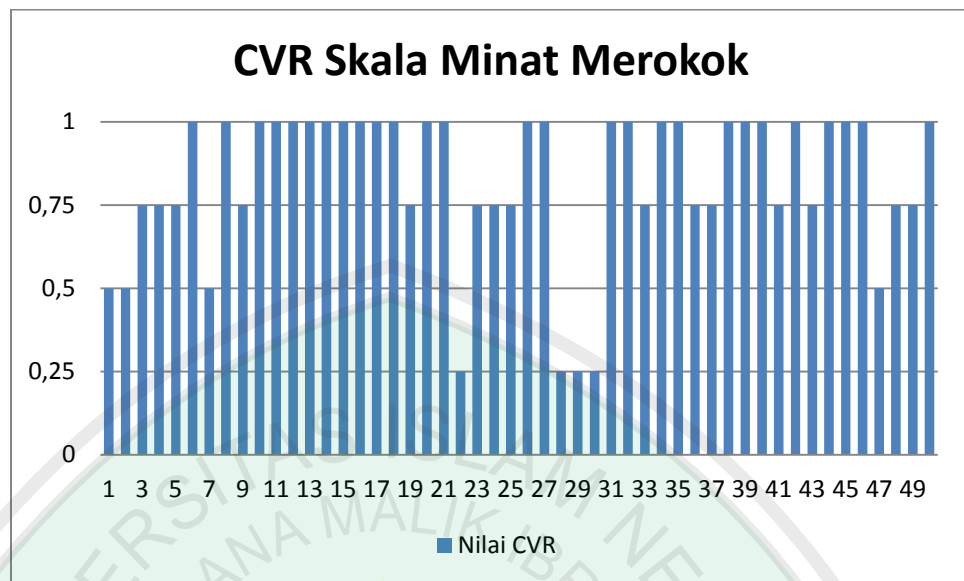
8	0,75
9	0,78
10	0,62
11	0,59
12	0,56
13	0,54
14	0,51
15	0,49
20	0,42
25	0,37
30	0,33
35	0,31
40	0,29

Dalam penelitian ini, jumlah penelis yang menilai skala minat merokok ini berjumlah delapan orang. Kedelapan panelis ini merupakan ahli psikologi dalam bidang psikologi klinis, perkembangan, forensik dan psikologi lintas budaya sehingga minimal nilai yang didapatkan oleh setiap aitem adalah 0,75.

Adapun hasil CVR skala minat merokok yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut.

Tabel 3.6. Hasil CVR Skala Minat Merokok

Nilai CVR	Variabel	Keterangan
0,25	22, 28, 29, 30	Diperbaiki untuk diuji coba
0,5	1, 2, 7, 47	Diperbaiki untuk diuji coba
0,75	3, 4, 5, 9, 19, 23, 24, 25, 33, 36, 37, 41, 43, 48, 49	Valid
1	6, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 26, 27, 31, 32, 34, 35, 38, 39, 40, 42, 44, 45, 46, 50	Valid



Gambar 3.2. Grafik Hasil CVR Skala Minat Merokok

Dapat dilihat dari diagram tersebut bahwa ada empat aitem yang memiliki nilai 0,25 dan empat aitem yang mendapat 0,5 artinya delapan aitem ini harus diperbaiki supaya isi skala ketika disebar kepada subjek sudah benar-benar valid.

b. Validitas Uji Coba Skala

Standar pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas aitem berdasarkan menurut pendapat Azwar bahwa suatu aitem dikatakan valid apabila $r_{iy} \geq 0,30$ (Azwar, 2012: 86). Dalam penelitian ini peneliti menentukan validitas aitem pada skala persepsi dan pada skala minat merokok minimal 0,30 sehingga aitem valid apabila $r_{iy} \geq 0,30$ tersebut dianggap shahih dan memuaskan. Akan tetapi, apabila didapatkan koefisien validitas kurang dari 0,30 maka aitem-aitem tersebut memiliki daya beda rendah dan menjadi gugur. Berikut ini hasil validitas terhadap instrumen penelitian yang digunakan.

Tabel 3.7. Hasil Validitas Angket Persepsi Terbuka

ASPEK	INDIKATOR	Nomor Aitem		Jumlah
		Aitem valid	Aitem gugur	
Interpretasi gambar	Memahami makna label peringatan bergambar pada kemasan rokok	1, 2, 3, 4, 5	-	5
TOTAL		5	0	5

Berdasarkan pemaparan tabel tersebut, dapat diketahui angket persepsi terbuka terdiri dari 5 aitem. Dari hasil uji validitas instrumen pada angket persepsi terbuka didapatkan hasil bahwa tidak ada aitem yang gugur, sedangkan jumlah aitem yang valid sebanyak 4 aitem dan bisa dikatakan valid semua karena mencapai standar yang telah ditetapkan.

Tabel 3.8. Hasil Validitas Skala Minat Merokok

ASPEK	INDIKATOR	Nomor Aitem		Jumlah
		Aitem valid	Aitem gugur	
Perilaku merokok yang berlangsung terus menerus	Kecenderungan/intensitas perilaku merokok yang tinggi	1, 2, 3, 4		4
	Perasaan positif terhadap rokok (keberpihakan)	5, 6	7, 8	4
	Pengetahuan/keyakinan yang mempertahankan sikapnya terhadap rokok	9, 11	10, 12	4
Perasaan positif bahwa merokok berharga	Merokok merupakan sebuah keharusan	13, 16	14, 15	4
	Selalu menyempatkan merokok meskipun sedang sibuk	18, 19	17	3
	Mendahulukan merokok daripada kebutuhannya yang lain	22, 23	20, 21	4
Motivasi untuk tetap merokok	Alat pergaulan (psikososial)	24, 25, 26, 27		4
	Kepuasan Saraf (sensorimotor)	29, 30	28	3

	Sumber kenikmatan (<i>indulgent</i>)	32, 33, 34	31	4
	Penenang (sedatif)	35, 36, 37, 38		4
	Perangsang (stimulasi)	40, 41, 42	39	4
	Memenuhi kecanduan (adiktif)	43, 44, 45, 46		4
	Keterbiasaan (otomatis)	49, 50	47, 48	4
	TOTAL	36	14	50

Berdasarkan pemaparan tabel tersebut, dapat diketahui skala minat merokok terdiri dari 50 aitem. Dari hasil uji validitas instrumen pada minat merokok didapatkan hasil bahwa terdapat 14 aitem gugur, sedangkan jumlah aitem yang valid sebanyak 36 aitem dan bisa dikatakan valid semua karena mencapai standar yang telah ditetapkan.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas berasal dari kata *reliability*, yang artinya dapat dipercaya. Suatu pengukuran yang menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Istilah lain dari reliabilitas ialah konsistensi, keterandalan, keterpercayaan, kestabilan, keajegan, dan sebagainya namun gagasan pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2012: 7).

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yang dibantu dengan program IBM SPSS 20.00 *for windows*. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang antara 0 sampai

dengan 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, begitu pula sebaliknya. Adapun hasil uji reliabilitas terhadap angket persepsi terbuka dan minat merokok adalah sebagai berikut.

Tabel 3.9. Reabilitas Persepsi dan Minat Merokok

Variabel	Alpha	Keterangan
Persepsi	0,721	Reliabel
Minat Merokok	0,919	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada kedua skala di atas dapat dikatakan reliabel karena hasil keduanya mendekati 1,00. Sehingga kedua skala tersebut layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian yang telah dilakukan.

H. ANALISIS DATA

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan terkumpul kemudian diolah guna memecahkan permasalahan penelitian secara utuh dan mendapatkan kesimpulan penelitian.

Untuk mengetahui signifikansi terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Peneliti menggunakan korelasi *product moment* dan regresi linear. Serta dalam melakukan perhitungan tersebut peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS 20.00 *for windows*. Data mentah yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dalam beberapa tahap sebagai berikut.

1. Mencari *Mean*

Mencari nilai *mean* diperoleh dari menjumlahkan seluruh nilai dan membaginya dengan jumlah subyek. Dalam istilah sehari-hari ia disebut angka rata-rata. Dalam *statistic* disebut *mean* arimetrik dengan diberi symbol M. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut (Hadi, 2004: 40):

$$\text{Rumus M : } \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan:

M : *Mean*

N : Jumlah subyek

X : Banyaknya nomer pada variabel X

2. Mencari Standart Deviasi (SD)

Setelah nilai *mean* diketahui, maka selanjutnya yaitu mencari nilai SD, adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$SD = \frac{\sqrt{\sum f x^2}}{N}$$

Keterangan:

SD : Standar Deviasi

$\sum f x^2$: Skor X

N : Jumlah Subyek

3. Mencari Kategorisasi

Tingkat persepsi label peringatan bergambar dan minat merokok pada mahasiswa laki-laki perokok UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam merespon label bergambar pada kemasan rokok dapat dilihat melala-

lui kategorisasi model distribusi normal, adapun rumusnya adalah sebagai berikut

Tabel 3.10. Standar Pembagian Klasifikasi

Klasifikasi	Skor
Tinggi	$X \geq (M + 1 \text{ SD})$
Sedang	$(M - 1 \text{ SD}) \leq X < (M + 1 \text{ SD})$
Rendah	$X < (M - 1 \text{ SD})$

4. Korelasi *Product Moment*

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam perhitungan korelasi ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan, arah hubungan, dan berarti atau tidaknya hubungan tersebut (Priyatno, 2013: 9).

Untuk menjawab permasalahan apakah ada hubungan antara persepsi pada label kemasan rokok terhadap minat merokok mahasiswa laki-laki perokok UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, maka digunakan metode analisis korelasi *product moment* dengan bantuan program komputer IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 20.00 for windows. Perhitungan korelasi antara variabel persepsi dengan variabel minat merokok tersebut menggunakan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2006: 318):

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi Product Moment.

N = Jumlah Subyek.

$\sum x$ = Jumlah Skor Aitem (x).

$\sum y$ = Jumlah Skor Skala atau skor total (y).

$\sum xy$ = Jumlah Perkalian Aitem (x) dan Skor Total (y).

$\sum x^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Aitem (x).

$\sum y^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Total (y).

5. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier digunakan untuk menaksir atau meramalkan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan (Priyatno, 2013: 40).

Untuk menjawab permasalahan apakah ada pengaruh antara persepsi label peringatan bergambar pada kemasan rokok terhadap minat merokok mahasiswa laki-laki perokok UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, maka digunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program komputer IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 20.00 for windows.