

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah kuantitatif, menggunakan analisis deskriptif dengan jenis *cross sectional* sebagai pendekatan yang diambil dalam penelitian. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur seberapa kuat variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2006). Penelitian kuantitatif juga dilakukan untuk mengetahui apakah sampel dalam populasi dapat menguji hipotesis yang ada (Sugiyono, 2009).

2.2 Populasi dan Sampel

2.2.1 Populasi Penelitian

Suatu bagian yang digeneralisasikan pada subjek dan objek tertentu yang terdapat jumlah didalamnya dan memiliki karakteristik yang berbeda bisa dipilih oleh peneliti untuk dimasukan dalam penelitian adalah bagian dari populasi. Sehingga, populasi bukan hanya jumlah yang ada pada subjek atau objek yang diteliti tetapi mencakup semua ciri-cirinya (Tanzeh & Arikunto, 2020). Keseluruhan pedagang kaki lima di Kelurahan Sambutan Samarinda merupakan populasi penelitian ini.

2.2.2 Sampel Penelitian

Berdasarkan populasi tersebut maka diambil sampel sebagai objek pengamatan. Sampel penelitian adalah bagian dari kelompok sasaran dengan karakteristik yang memiliki kesamaan pada populasi (Sugiyono, 2009). Sampel didalam penelitian berjumlah 114 pedagang. Adapun kriteria responden penelitian yaitu:

- a. Kriteria Inklusi: Pedagang kaki lima yang ada di Kelurahan Sambutan Samarinda yang berusia >15 tahun.
- b. Kriteria Eksklusi: Pedagang kaki lima yang tidak bersedia ikut pada penelitian yang dilakukan.

Rumus Lemeshow digunakan karena populasinya tidak diketahui atau tidak terikat (infinite population) (Riyanto & Hatmawan, 2020). Berikut rumus Lemeshow yang digunakan:

$$N = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Penjelasan:

N = Total sampel

Z = Derajat kepercayaan 95% = 1,96

P = Toleransi = 0,5

d² = Sample error = 10%

Dengan menggunakan perhitungan lemeshow tersebut, sampel dihitung demikian:

$$N = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$N = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$N = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$N = 96,04 = 97$$

Nilai yang dihasilkan dari perhitungan sampel didapat nilai (n) 96,04 kemudian dibulatkan didapat nilai 97 sampel dan ditambah 10% sampel, sehingga total sampel penelitian adalah 107 sampel.

2.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan jenis teknik yang digunakan cluster random sampling (Sugiyono, 2018). Berdasarkan hasil temuan di lapangan didapat dua kelompok pedagang kaki lima yakni pada pasar malam selasa dan pasar tradisional pada hari sabtu. Adapun proses pengambilan data sampel ini dilakukan selama dua minggu yang kemudian dua minggu selanjutnya digunakan untuk proses pengolahan data.

2.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kelurahan Sambutan Samarinda. Bertempat di pasar malam selasa dan pasar tradisional pada hari sabtu. Penelitian dilakukan pada bulan April Tahun 2023.

2.4 Definisi Operasional

Suatu penjelasan mengenai pengamatan terhadap pengukuran karakteristik yang tertulis (Nursalam, 2015). Definisi operasional digunakan agar sumber data (responden) konsisten dengan sumber data lainnya (Notoatmodjo, 2012).

Tabel 2.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Cara Ukur	Hasil Ukur	Skala
1.	Variabel Independen : Kampanye dan Promosi Rokok	Kampanye dan promosi rokok yang dapat mempengaruhi atau merubah perilaku merokok responden	Menggunakan kuesioner (<i>rating scale</i>) yang terdiri dari 9 pertanyaan	1. Tidak terekspos jika total skor < 15 2. Terekspos jika total skor \geq 15 *Jika data terdistribusi normal akan digunakan mean dan jika sebaliknya akan digunakan median	Ordinal
2.	Variabel Dependen: Perilaku Merokok	Perilaku yang sangat merugikan berupa perilaku menghisap rokok secara menetap dan berkelanjutan	Menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup dengan 3 pilihan jawaban	1 = Tidak Merokok 2 = Merokok (Global Adult Tobacco Survey, 2022)	Ordinal

2.5 Instrumen Penelitian

Instrumen pengukuran pada penelitian menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan berisi kumpulan item pernyataan sebagai alat untuk membantu menggali informasi responden (Tanzeh & Arikunto, 2020). Peneliti menggunakan kuesioner yang berlandaskan teori. Adapun instrumen yang digunakan sudah baku, meliputi variabel kampanye dan promosi rokok serta perilaku merokok yang diadaptasi dari kuesioner (Global Adult Tobacco Survey, 2022). Terdapat 3 bagian dari instrumen ini, yaitu:

- a. Sub (A) berisi variabel nama, jenis kelamin, usia, pendidikan dengan mengisi pada kolom atau lembar yang tersedia.
- b. Sub (B) kuesioner untuk kampanye dan promosi rokok berisi 9 pertanyaan. Pertanyaan pada variabel kampanye dan promosi rokok menggunakan rating scale.
- c. Sub (C) kuesioner untuk perilaku merokok pada pedagang kaki lima menggunakan instrumen dengan pertanyaan tertutup dengan 3 pilihan jawaban.

2.5.1 Uji Validitas

Merupakan uji keandalan dan kevalidan terhadap data pengukuran yang dilakukan (Nursalam, 2015). Uji validitas yang digunakan peneliti dalam menguji keabsahan data dalam pengukuran adalah *face validity*. Menurut King et al., (2020) *face validity* adalah uji untuk mengukur sejauh mana

data pengukuran mampu secara valid menjelaskan pernyataan yang akan diukur. Adapun *face validity* ini diuji validitasnya dengan responden uji coba yang memiliki karakteristik yang sama sebanyak 30 pedagang kaki lima di Kelurahan Air Hitam Jalan Abdul Wahab Syahrani dengan meminta masukan dan komentar saran dalam hal kejelasan kalimat dan bahasan. Uji validitas ini dilakukan pada instrumen kampanye dan promosi rokok serta instrumen perilaku merokok.

2.5.2 Uji Reliabilitas

Standar yang dilakukan dalam pengukuran tingkat korelasi antara banyak item. Reliabilitas sebagai alat ukur mampu mengungkapkan data pengukuran secara konsisten meskipun digunakan secara berulang. Teknik uji dilakukan dengan Cronbach Alpha. Dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ (Sujarweni, 2014). Uji reliabilitas ini dilakukan pada 30 responden uji coba yang memiliki karakteristik yang sama sebanyak 30 pedagang kaki lima di Kelurahan Air Hitam Jalan Abdul Wahab Syahrani pada 9 pertanyaan dalam kuesioner kampanye dan promosi rokok, didapat nilai sebesar 0,709 telah reliabel. Kemudian, 10 pertanyaan perilaku merokok didapat nilai sebesar 0.740 telah reliabel.

2.6 Prosedur Penelitian

2.6.1 Pengumpulan Data

- a. Perizinan secara langsung dilapangan kepada responden untuk meminta persetujuan apakah berkenan untuk dijadikan responden dalam penelitian ini.
- b. Peneliti membagikan lembar kuesioner sambil menjelaskan item-item pernyataan yang ada di dalam lembar tersebut.
- c. Peneliti mendampingi responden dalam pengisian jika terdapat kekeliruan akan dijelaskan kembali dan dibantu dalam pengisiannya.
- d. Bagi responden yang tidak dapat mengisi maka lembar kuesioner diambil yang kemudian diisikan oleh peneliti atas dasar jawaban dari responden tersebut.
- e. Peneliti mengambil dan mengumpulkan lembar yang sudah terisi kemudian dicek keseluruhan item pernyataan dari awal sampe dengan akhir jika tidak ditemukan kesalahan maka dilanjutkan ke langkah selanjutnya.
- f. Melakukan teknik pengolahan data dan analisis pada lembar yang sudah selesai serta lengkap.

2.6.2 Analisis Data

a. Analisis Univariat

Analisis univariat adalah interpretasi dari tiap-tiap variabel yang datanya bisa disajikan secara tabel dan grafik. (Setiadi, 2007). Terdapat dua variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas kampanye dan promosi rokok dengan perilaku merokok sebagai variabel terikat. Teknik yang digunakan adalah distribusi frekuensi.

b. Analisis Bivariat

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel independen dengan dependen yaitu kampanye dan promosi rokok dengan perilaku merokok. Uji yang digunakan peneliti adalah dengan jenis uji statistik chi-square ($\alpha = 0,05$). Interpretasi perhitungan dapat dibaca jika nilai $p < \alpha$ (0.05) maka H_0 ditolak yang berarti "Ada hubungan kampanye dan promosi rokok dengan perilaku merokok". Jika sebaliknya $p > \alpha$ (0.05) maka H_0 diterima yang berarti "Tidak ada hubungan kampanye dan promosi rokok dengan perilaku merokok".