

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang memiliki spesifikasi sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

Dalam penelitian ini, Perilaku Konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian atau penggunaan jasa, pada saat itu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian atau keputusan menggunakan jasa. Kotler dan Keller (2009:214) menyatakan ada 4 indikator yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu *faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis*

Kepercayaan Konsumen merupakan komponen untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Dalam penelitian ini, kepercayaan yang muncul di dalam diri konsumen berasal dari pemenuhan keinginan yang

sesuai melalui proses pelayanan yang memuaskan. Dengan terciptanya rasa percaya tersebut maka konsumen akan menjadi loyal terhadap jasa yang ditawarkan. Kim et al, dalam Sukma Abdurrahman Adi,. 2012 menyatakan bahwa indikator dari Kepercayaan, yaitu *Jaminan Kepuasan, Perhatian, Keterusterangan*.

Keputusan penggunaan adalah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah dari konsumen, dalam penelitian ini indikator yang digunakan, yaitu *kemudahan, kepercayaan, lingkungan sosial*,

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya . Untuk poulasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA jurusan Manajemen angkatan 2016 sebanyak 193 orang.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara *Accidental Sampling* yang merupakan bagian dari non-probability sampling. Yaitu bentuk pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, artinya bisa siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Untuk menghitung jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan atau estimasi tingkat kesalahan

$$n = \frac{193}{1 + 193 (0,1)^2}$$

$$n = 66 \text{ sampel}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 66 mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengertian data menurut Zuldafrial (2012:46) adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Menurut Sugiyono (2009:225) bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang berasal dari Kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA jurusan manajemen yang menggunakan *e-Money*. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Dengan menggunakan kuesioner, analis berupaya mengukur apa yang ditemukan dalam wawancara, selain itu juga untuk menentukan seberapa luas atau terbatas sentimen yang diekspresikan dalam suatu wawancara.

Menurut Sugiyono (2011: 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif, berdimensi 4 bagian rentang nilai 1 sampai dengan 4 dengan asumsi.

Tabel 1 Skor Skala Likert

Pertanyaan Positif		Pertanyaan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor

Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

Data sekunder diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan secara umum.yang digunakan sebagai bahan referensi untuk menyusun kajian pustaka atau teori-teori dalam penelitian ini.

3.5 Metode Analisis dan Uji Instrumen

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis dekriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.5.2 Uji Validitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan mengutarakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden, kemudian dilakukan pengujian terhadap instrumen untuk mengukur tingkat kebaikan instrumen maka dapat dilakukan analisis validitas dan reliabilitas validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Untuk menentukan kevalidan dari item kuesioner peneliti akan menggunakan program IBM SPSS Statistic. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Dimana:

r : Koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N : Banyaknya responden

X : Skor yang diperoleh dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari suatu item

Σxy : Jumlah perkalian x dan y

Σx^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

Σy^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

Adapun kriteria penilaian uji validitas, adalah sebagai berikut :

1. Apabila $r_{hitung} \geq r_{table}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} \leq r_{table}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsistensi) dari suatu instrumen. Reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten skor -skor dari masing – masing responden atau subjek berkenaan dengan suatu instrumen dibandingkan dengan responden atau subjek yang lain (Tatang Ary Gumanti, 2018).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Peneliti akan menguji reliabilitas instrumen menggunakan koefisien korelasi keandalan Alpha (Cronbach's Alpha). Instrumen dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji coba reliabilitas pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut ini:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrumen (*Cronbach Alpha*)

k : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$: Varian total

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha < 0,6 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Uji Asumsi Klasik

3.5.4 Uji Normalitas

Uji normalitas data ini digunakan untuk mengetahui bahwa data pada variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hal ini disebabkan oleh uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Seandainya asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Imam Gozali, 2011:160). Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis dengan melihat nilai probabilitasnya. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik analisis *Kolmogorof-Smirnov* dengan rumus :

$$KS : 1,36 \sqrt{\frac{n1 + n2}{n1n2}}$$

Keterangan:

KS : Harga *Kolmogrov-Smirnov*

n1 : Jumlah sampel yang diperoleh

n2 : Jumlah sampel yang diharapkan

Dasar pengambilan keputusan adalah, jika nilai probabilitas > 0,05 maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik analisis *Kolmogorof-Smirnov* dengan menggunakan IBM SPSS Statistic.

3.5.5 Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan memiliki pola linear atau tidak. Uji ini menggunakan harga koefisien signifikansi. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel bisa dikatakan linear (Sarjono dan Julianita, 2011: 80). Kriteria yang diterapkan untuk menyatakan kelinearitas adalah nilai F yang dihitung menggunakan rumus :

$$F_{\text{reg}} = \frac{\text{RKreg}}{\text{RKreg}}$$

Keterangan :

Freg : Harga bilangan F untuk regresi

Rkreg : Rerata kuadrat regresi

Rkres : Rerata kuadrat residu

3.5.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atas suatu pengamatan ke pengamatan lain. Konsep heteroskedastisitas atau homokedastisitas didasarkan pada penyebaran varians variabel dependen diantara rentang nilai variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139). Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *glejser*. Apabila $\text{sig} \geq 0,05$ maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.7 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi (Nilai korelasi 1 atau mendekati 1). Dengan menggunakan nilai *tolerance*, nilai yang terbentuk harus diatas 10% dengan menggunakan VIF (*Variance*

Inflation Faktor), nilai yang terbentuk harus kurang dari 10, bila tidak maka akan terjadi multikolinieritas dan model regresi tidak layak untuk digunakan (Santoso, 2000).

Pedoman keputusan berdasarkan nilai Tolerance :

1. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi Multikolinieritas dalam model regresi
2. Jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi Multikolinieritas dalam model regresi

Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF (Variance Inflation Factor)

1. Jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi
2. Jika nilai VIF > 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi

Uji Hipotesis

3.5.8 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y : Keputusan Penggunaan *e-money*

a : Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b_1, b_2 : Koefisien regresi

x_1 : Perilaku Konsumen

x_2 : Kepercayaan Konsumen

3.5.9 Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh yang signifikan variabel-variabel bebas yaitu perilaku konsumen dan kepercayaan konsumen secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat yaitu keputusan penggunaan *e-money*.

- a. Menentukan H_0 H_a

Hipotesis Pertama :

$H_0 : b_1 = 0$, tidak ada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan *e-money*.

$H_a : b_1 \neq 0$, ada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan *e-money*.

Hipotesis Kedua :

$H_0 : b_2 = 0$, tidak ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan *e-money*

$H_a : b_2 \neq 0$, ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan *e-money*

Menentukan *level of significance* (α)

Dalam penelitian ini signifikansinya sebesar 0,05 (5%) dengan derajat bebas (df) = $n-k$ dan n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah banyaknya variabel (variabel bebas dan terikat) pada penelitian.

- b. Menentukan t_{hitung} menggunakan SPSS atau dengan rumus t_{hitung} (Sunyoto, 2016)

$$T_{\text{hitung}} = \frac{b_1}{sb_2}$$

Dimana :

b_1 = koefisien regresi variabel dan sb_2 = standar error dari variabel 1

c. Melalui analisis ini maka pengambilan keputusan akan berdasar pada:

Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak),

Sedangkan

Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima)

1.6.0 Uji F

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dan variabel dependent, apakah variabel Perilaku Konsumen (X1), Kepercayaan Konsumen (X2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen Keputusan Penggunaan *e-money* (Y)

a. Menentukan H_0 H_a

H_0 : $b_1 = 0$, tidak ada pengaruh perilaku konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan *e-money*

H_a : $b_1 \neq 0$, ada pengaruh perilaku konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan *e-money*

1.6.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square atau R kuadrat) yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien dterminasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.