

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Subyek Penelitian**

Subjek penelitian yang digunakan untuk penyusunan dan pengambilan data adalah mahasiswa yang menggunakan jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

#### **B. Jenis Penelitian**

Berdasarkan perspektif pengumpulan data yang dilakukan, maka penelitian ini termasuk kategori penelitian survei. Perspektif keterlibatan peneliti mempengaruhi variabel sehingga penelitian ini merupakan penelitian *expost facto*. Penelitian ini didasarkan pada pengujian hipotesis (*hypotesis testing*) sehingga disebut dengan penelitian kausal, dan menurut sudut pandang waktu penelitian ini termasuk penelitian *cross-sectional*. Menurut perspektif lingkup topik, penelitian ini termasuk penelitian statistik, dan menurut pandangan lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (Sekaran, 2003: 223).

Sumber data merupakan subyek dari data yang dapat diperoleh untuk penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dari penyebaran instrumen penelitian. Dalam melakukan survei peneliti menggunakan pendekatan secara personal

(*personally administered questionnaires*) dengan penyebaran kuesioner yang diberikan dan dikumpulkan langsung dari responden.

### C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006: 117). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan siswa yang mengakses warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah. Dipilihnya lokasi penelitian ini karena: 1) sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta banyak warnet, 2) penduduk yang berstatus sebagai mahasiswa dan pelajar banyak.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* (Zuriah, 2006: 124) sehingga data langsung dikumpulkan dari unit sampel yang ditemui, yaitu sampel yang ditemui secara kebetulan di warnet baik ketika akan mengakses atau sesudah mengakses internet yang berlokasi di sekitar kampus UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) dengan tarif akses Rp2.000,- sampai Rp3.500,- per jam. Responden yang dipilih adalah mahasiswa atau siswa yang pernah menggunakan warnet yang ada di lokasi penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2006: 118). Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 orang responden.

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Azwar (1992: 79) jika ukuran

populasi besar, artinya ukuran sampel yang akan diperoleh besarnya kurang dari 5% populasi. Adapun rumusnya adalah:

$$n = \frac{Z^{2\alpha/2}}{4 \varepsilon^2}$$

$n$  = Sampel

$Z^{\alpha/2}$  = Level of significance (confidence level 95%) = 1,98

$\varepsilon$  = *Sample error*

Nilai  $\varepsilon$  terbesar jika  $\varepsilon = \pi (1 - \pi)$  adalah  $0,5 (1 - 0,5) = 0,25$ . Nilai level of significance pada confidence level 95% adalah 1,98 dan kemungkinan kesalahan sampel (*sample error*) ditetapkan 10%, maka nilai  $n$  adalah:

$$n = \frac{Z^{2\alpha/2}}{4 \varepsilon^2}$$

$$n = \frac{1,98^2}{4 (0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan pertimbangan dan rumus diatas maka ditetapkan jumlah dalam sampel ini sebesar 100 responden.

#### D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah batasan pengertian variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional diperlukan untuk

menjabarkan konsep agar ada batasan penerapannya dan tidak mempunyai arti yang

berbeda-beda (Sekaran, 2003). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sujoko (2007).

1. Bauran pemasaran ( $X_1$ ) adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan yang terdiri dari *price* (harga), *product* (produk jasa yang ditawarkan), *promotion* (promosi), *place* (tempat/lokasi warnet), *prosess* (prosedur pelayanan), *people* (sikap pegawai warnet dalam memberikan pelayanan), *Personal traits* (pelayanan yang diberikan) dan *physical evidence* (bukti fisik kualitas warnet).
2. Faktor individu ( $X_2$ ) adalah faktor internal dalam diri individu, yaitu motivasi, persepsi terhadap warnet, sikap, dan konsep diri pengguna warnet
3. Lingkungan ( $X_3$ ) adalah faktor eksternal dari luar individu yang meliputi budaya masyarakat dalam mendapatkan informasi, kelas sosial konsumen, dan kelompok referensi yang diikuti pengguna warnet.
4. Keputusan pemakaian warnet ( $Y$ ) adalah keputusan konsumen dalam memilih dan menentukan produk (warnet). Indikator dari variabel ini adalah :
  - 1) Pemilihan warnet
  - 2) Rekomendasi pemakaian
  - 3) Penggunaan warnet
  - 4) Keputusan dalam menggunakan warnet

Seluruh variabel diukur dengan menggunakan Skala *Likert* yang mempunyai bobot dari 1 sampai 5, dengan alternatif jawaban berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) —————> 1
- b. Tidak Setuju (TS) —————> 2
- c. Netral (N) —————> 3
- d. Setuju (S) —————> 4
- e. Sangat Setuju (SS) —————> 5

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner mengenai faktor bauran pemasaran, faktor individu konsumen, dan faktor lingkungan serta pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Alat pengumpulan data diadopsi dari peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Sujoko (2007). Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner secara langsung pada sampel yang ditemui. Kuesioner disusun berdasarkan kisi-kisi berikut;

Tabel 3.1.  
Kisi-kisi Kuesioner

Variabel	Indikator	Nomor	Jumlah pertanyaan
Bauran Pemasaran	a. Product	1,2,3	3
	b. Price	4,5,6,7	4
	c. promotion	8,9,10,11	4
	d. Personal trait	12,13,14,15	4
	e. Place	16,17,18	3
	f. Process	19,20,21,22	4
	g. Physical Evidance	23,24,25,26	4
	a. Motivasi	1,2,3,4	4
	b. Persepsi	5,6,7,8	4

<b>Faktor Individu</b>	c. Sikap	9,10,11,12	4
	d. Pembelajaran	13,14,15	3
<b>Budaya</b>	a. Budaya mendapat informasi	1,2,3,4	4
	b. Kelas sosial	5,6,7,8	4
	c. Kelompok acuan	9,10,11,12,13	5
<b>Keputusan memakai warnet</b>		1-10	10
<b>Jumlah total</b>			64

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Menurut Sekaran (2003) validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila skala tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka skala tersebut tidak akan bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya diukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Pada penelitian ini validitas yang diuji dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total. Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat dalam mengukur maksud responden dalam konteks sosial dan budaya responden.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* (Cooper dan Emory, 2000) yang dibantu dengan program statistik SPSS versi 12. Uji validitas instrumen menggunakan uji coba (*pilot test*) dengan sampel sebesar 30 responden. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dari hasil uji diperoleh nilai korelasi antara butir dengan faktor positif dengan dan signifikan pada tingkat 1% atau 5% (Rahmawati, A,dkk, 2003).

## 2. Uji Reliabilitas

Sedangkan pengujian terhadap reliabilitas ditujukan untuk memastikan bahwa responden benar-benar konsisten terhadap jawaban yang diberikan dalam kuisisioner tersebut. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *croncbach alpha* dengan *rule of thumb* nilai 0,7 (Sekaran, 2003) dan supaya nilai tersebut reliabel, nilainya harus diatas nilai r. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *internal consistency reliability* yang menggunakan *Cronbach Alpha* yang dibantu dengan program statistik SPSS versi 12 untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Uji reliabilitas instrumen menggunakan uji coba dengan sampel sebesar 30 responden.

## G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 1. Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan program statistik SPSS versi 11 sedangkan

untuk pengujian hipotesis dapat digunakan uji F dan uji t. Persamaan analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = \hat{\alpha}_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan konsumen

X<sub>1</sub> = Bauran pemasaran

X<sub>2</sub> = Faktor individu

X<sub>3</sub> = Lingkungan

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$  = koefisien Regresi

e = Suku kesalahan untuk tujuan perhitungan e, diasumsikan 0.

## 2. Uji Hipotesis

Bentuk Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a) Uji F (uji serentak)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dengan dependent secara serentak. Pengujian melalui uji F atau variasinya dengan membandingkan F–hitung (F<sub>h</sub>) dengan F–tabel (F<sub>t</sub>) pada derajat signifikan (*alpha*) sebesar 5%. F<sub>hitung</sub> menggunakan rumus: (Sugiyono, 2006):

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

R<sup>2</sup> : Koefisien determinasi



$k$  : Jumlah variabel bebas

$n$  : Jumlah sampel

Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

- a. Jika nilai signifikansi  $< 5\%$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara serentak terhadap variabel dependent.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 5\%$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Melalui pengujian simultan ini sekaligus dapat diketahui besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut secara bersama-sama dengan melihat koefisien determinasi ( $R^2$ ).

$$R^2 = \frac{\sum (\hat{Y} - \bar{Y})^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2} = \frac{SSr}{SSt} = 1 - \frac{Sse}{SSt}$$

Keterangan :       $SSr$     =      Jumlah kuadrat regresi

$Sse$     =      Jumlah kuadrat

$SSt$     =      Jumlah kuadrat total

b) Uji t (uji parsial).

Untuk menguji tentang pengaruh terhadap variabel independen digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi linier

berdasarkan secara parsial. Pengujian melalui uji t adalah membandingkan t-

hitung ( $t_{hitung}$ ) dengan t-tabel ( $t_{tabel}$ ) pada derajat signifikan ( $alpha$ ) sebesar 5%.

Sedangkan rumus t hitung adalah sebagai berikut: (Sugiyono, 2006)

$$t = \frac{b}{Sb}$$

$$Sb = \sqrt{\frac{S^2_{Y.X}}{\sum (X - \bar{X})^2}}$$

Keterangan:

**b** : Koefisien regresi

**Sb** : Deviasi standar

Apabila hasil pengujian menunjukkan :

- a. Jika nilai signifikansi < 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  
Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi > 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  
Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh