

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel (Sugiyono, 2005:7).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Sugiyono, 2005:10). Menurut Arikunto (2000) objek penelitian ini adalah variabel penelitian yang merupakan inti dari masalah penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut maka objek penelitian ini adalah factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

3.2 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Yaitu cara pengumpulan data melalui pencatatan secara cermat dan sistematis langsung dilokasi obyek penelitian berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan.

2. Dokumentasi

Teknik ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang jumlah pelanggan, kebijakan pelayanan, produk jasa yang ditawarkan dan hal-lain yang diperlukan untuk mendukung penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pokok yang dipergunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Skala pengukuran untuk data ini adalah interval. Pengukuran untuk variabel independent dan dependent menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga data dapat dihitung (Ridwuan, 2003:66). Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, setuju (S) dengan skor 4, netral (N) dengan skor 3, Tidak setuju (TS) dengan skor 2 dan Sangat tidak Setuju (STS) dengan skor 1

3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2005:74), populasi adalah seluruh objek penelitian berupa kumpulan sejumlah individu dengan kualitas serta ciri tertentu yang telah ditetapkan untuk diteliti. Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi penelitian ini adalah konsumen Perum Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung pada Tahun 2013 yaitu sebanyak 27.518.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dari sebagai sumber data dan dapat mewakili populasi (Riduan dan Engkos, 2008:48). Untuk menentukan ukuran sampel maka dapat dilakukan dengan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

- n = Banyaknya unit sampel
- N = Banyaknya unit Populasi
- d = taraf nyata 0,1
- 1 = bilangan konstan

Berdasarkan rumus di atas maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{27518}{27518(0,1)^2 + 1} = \frac{27518}{275,18 + 1} = \frac{27518}{276,18} = 99,6$$

Dari hasil perhitungan di atas di dapat nilai sebesar 99,6 sehingga dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proporsionate random sampling* dengan cara membagi setiap strata pada masing-masing nasabah Pegadaian Cabang Kedaton yang terdiri dari nasabah Golongan A, B, C dan D yang didasarkan pada pinjaman nasabah. Gambaran pengambilan sampel dengan proporsionate random sampling adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Perhitungan Jumlah Sampel dengan Teknik *Proporsionate Random Sampling*

No	Golongan	Jml Nasabah	Perhitungan	Hasil	Sampel Terpilih (pembulatan)
1	A	10.780	10.780/27.518x100	39,2	39
2	B	8.382	8.382/27.518x100	30,5	30
3	C	5.851	5.851/27.518x100	21,3	21
4	D	2.505	2.505/27.518x100	9,1	9
Jumlah		27.518			100

3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
----------	-----------------	----------------------	-----------

Faktor Kebudayaan (X ₁)	Proses pembelajaran yang terbentuk sejak lahir yang memiliki dampak luas dan paling dalam pengaruhnya terhadap perilaku konsumen (Nugroho, 2002:59)	Perilaku konsumen Perum Pegadaian yang terbentuk dari lingkungan budaya	- Kultur - Subkultur - Kelas sosial
-------------------------------------	---	---	---

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
Faktor Sosial (X ₂)	Faktor sosial meliputi kelompok masyarakat yang lebih kecil seperti keluarga, peran dan status sosial dari konsumen (Simamora, 2003:87)	Perilaku konsumen Perum Pegadaian yang terbentuk dari lingkungan sosial	- Kelompok rujukan - Keluarga - Peran dan status sosial
Faktor Personal (X ₃)	Faktor personal merupakan karakteristik pribadi seperti usia, jabatan keadaan ekonomi, kepribadian, pekerjaan, gaya hidup kepribadian dan konsep diri pembeli (Simamora, 2003:88)	Perilaku konsumen Perum Pegadaian yang terbentuk dari karakteristik pribadi	- Usia - Pekerjaan - Gaya hidup - Kepribadian
Faktor Psikologis (X ₄)	Faktor psikologis adalah kondisi seseorang diluar kondisi fisik manusia, aspek psikologis lebih kompleks dari aspek fisik karena didalamnya terkandung proses kognisi, afeksi dan psikomotor (Setiadi, 2003:134)	Perilaku seseorang yang terbentuk dari kondisi psikologis.	- Motivasi - Sikap - Persepsi
Perilaku Konsumen (Y)	Kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (<i>desire</i>) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator (Simamora (2003:87)	Keputusan konsumen memilih jasa pegadaian di Perum Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung	- Pengenalan masalah - Pencarian informasi - Evaluasi Alternatif - Keputusan - Perilaku sesudah pembelian

3.4 Pengukuran Skor

Pengukuran untuk variabel penelitian menggunakan teknik skoring jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

- Jawaban Sangat Baik (SS) diberi skor 5

- Jawaban Baik (S) diberi skor 4
- Jawaban Cukup (N) diberi skor 3
- Jawaban Buruk (TS) diberi skor 2
- Jawaban Sangat Buruk (STS) diberi skor 1

3.5. Sumber Data

Data Primer

- a. Metode kuisisioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuisisioner terhadap responden yang telah ditentukan.
- b. Metode wawancara yaitu pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui wawancara kepada konsumen dengan berpedoman pada instrumen yang telah ditetapkan.

3.6 Uji Instrumen Data

3.6.1 Uji Validitas Angket

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrumen. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria uji validitas instrumen ini adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel} (0,202)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel} (0,202)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pengukuran validitas dilakukan kepada 30 responden maka dengan taraf signifikansi 95% didapat angka $r_{tabel} = 0,361$. Berdasarkan hasil perhitungan

program SPSS versi 16 terdistribusi hasil r hitung untuk masing-masing butir pertanyaan dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Uji Validitas Variabel Budaya (X_1)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Butir Soal untuk Variabel Budaya (X_1)

Item soal	r_{Hitung}	r_{tabel}	Simpulan
Butir 01	0,456	0,361	Valid
Butir 02	0,840	0,361	Valid
Butir 03	0,701	0,361	Valid
Butir 04	0,683	0,361	Valid
Butir 05	0,736	0,361	Valid
Butir 06	0,423	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 4 variabel budaya (X_1) yang terdiri 6 butir pertanyaan didapat nilai r hitung dari yang paling rendah hingga paling tinggi berkisar antara 0,423-0,840, artinya untuk butir soal yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai $r_{\text{tabel}}=0,361$ dinyatakan valid.

2. Uji Validitas Variabel Sosial (X_2)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Butir Soal untuk Variabel Sosial (X_2)

Item soal	r_{Hitung}	r_{tabel}	Simpulan
Butir 01	0,641	0,361	Valid
Butir 02	0,367	0,361	Valid
Butir 03	0,693	0,361	Valid
Butir 04	0,812	0,361	Valid
Butir 05	0,833	0,361	Valid
Butir 06	0,380	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 5 variabel sosial (X_2) yang terdiri 6 butir pertanyaan didapat nilai r hitung dari yang paling rendah hingga paling tinggi berkisar

antara 0,367-0,833, artinya untuk butir soal yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai $r_{tabel}=0,361$ dinyatakan valid.

3. Uji Validitas Variabel Personal (X_3)

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Butir Soal untuk Variabel Personal (X_3)

Item soal	r_{Hitung}	r_{tabel}	Simpulan
Butir 01	0,696	0,361	Valid
Butir 02	0,786	0,361	Valid
Butir 03	0,609	0,361	Valid
Butir 04	0,784	0,361	Valid
Butir 05	0,569	0,361	Valid
Butir 06	0,700	0,361	Valid
Butir 07	0,480	0,361	Valid
Butir 08	0,410	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 6 variabel personal (X_3) yang terdiri 8 butir pertanyaan didapat nilai r hitung dari yang paling rendah hingga paling tinggi berkisar antara 0,410-0,784, artinya untuk butir soal yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai $r_{tabel}=0,361$ dinyatakan valid.

4. Uji Validitas Variabel Psikologi (X_4)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Butir Soal untuk Variabel Psikologi (X_4)

Item soal	r_{Hitung}	r_{tabel}	Simpulan
Butir 01	0,669	0,361	Valid
Butir 02	0,434	0,361	Valid
Butir 03	0,581	0,361	Valid
Butir 04	0,729	0,361	Valid
Butir 05	0,598	0,361	Valid
Butir 06	0,608	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 7 variabel komitmen organisasi (X_4) yang terdiri 6 butir pertanyaan didapat nilai r_{hitung} dari yang paling rendah hingga paling tinggi berkisar antara 0,434-0,729, artinya untuk butir soal yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai $r_{tabel}=0,361$ dinyatakan valid.

5. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen (Y)

Tabel 8 Hasil Uji Validitas Butir Soal untuk Variabel Perilaku Konsumen (Y)

Item soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Simpulan
Butir 01	0,752	0,361	Valid
Butir 02	0,582	0,361	Valid
Butir 03	0,683	0,361	Valid
Butir 04	0,731	0,361	Valid
Butir 05	0,831	0,361	Valid
Butir 06	0,691	0,361	Valid
Butir 07	0,479	0,361	Valid
Butir 08	0,456	0,361	Valid
Butir 09	0,662	0,361	Valid
Butir 10	0,739	0,361	Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 8 variabel perilaku konsumen (Y) yang terdiri 10 butir pertanyaan didapat nilai r_{hitung} dari yang paling rendah hingga paling tinggi berkisar antara 0,456-0,831, artinya untuk butir soal yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai $r_{tabel}=0,361$ dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Realibilitas Angket

Realibilitas yaitu untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dalam penelitian ini, artinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali-kali hasilnya tetap. Uji realibilitas menggunakan rumus Alpha. Kriteria uji

dilakukan dengan mengkonsultasikan nilai *alpha cronbach* dengan tabel interpretasi nilai r di bawah ini:

Nilai Korelasi	Keterangan
0,00 - < 0,20	Hubungan sangat lemah
$\geq 0,20$ - < 0,40	Hubungan rendah
$\geq 0,40$ - < 0,70	Hubungan sedang/cukup
$\geq 0,70$ - < 0,90	Hubungan kuat/tinggi
$\geq 0,90$ - $\leq 1,00$	Hubungan sangat kuat/tinggi

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memberi keyakinan bahwa alat ukur tersebut dapat digunakan dengan kecermatan yang baik serta melihat korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan skor total dari semua responden. Penjelasan dan keterangan dari hasil uji reliabilitas ini terdistribusi pada Tabel 9 di bawah ini:

Tabel 9 Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Simpulan
Budaya (X ₁)	0,843	Reliabilitas tinggi
Sosial (X ₂)	0,835	Reliabilitas tinggi
Personal (X ₃)	0,866	Reliabilitas tinggi
Psikologi (X ₄)	0,829	Reliabilitas tinggi
Perilaku konsumen (Y)	0,904	Reliabilitas sangat tinggi

Sumber: Data diolah Tahun 2010

Hasil perhitungan menghasilkan nilai *alpha cronbach* untuk variabel budaya (X₁) sebesar 0,843, variabel sosial (X₂) sebesar 0,835, variabel personal (X₃), variabel psikologi (X₄) sebesar 0,829 memiliki reliabilitas dalam kategori tinggi, dan reliabilitas variabel perilaku konsumen (Y) sebesar 0,904 yang tergolong dalam reliabilitas sangat tinggi.

3.7 Uji Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dalam Uji Kolmogorov Smirnov diasumsikan bahwa distribusi variabel yang sedang diuji mempunyai sebaran kontinyu. Syarat Hipotesis yang digunakan:

H_0 : Distribusi variabel tidak mengikuti distribusi normal

H_1 : Distribusi variabel mengikuti distribusi normal

Statistik Uji yang digunakan:

$$D = \max | F_0(X_i) - S_n(X_i) |; i = 1, 2, 3 \dots$$

Dimana:

$F_0(X_i)$ = Fungsi distribusi frekuensi kumulatif relatif dari distribusi teoritis dalam kondisi H_0

$S_n(X_i)$ = Distribusi frekuensi kumulatif dari pengamatan sebanyak n

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

- a. Jika nilai *asympt sig KS* $\geq \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika nilai *asympt sig KS* $\geq \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis

Regresi Linier Berganda yaitu;

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_t$$

Keterangan :

- Y = Perilaku konsumen
 - X_1 = Faktor kebudayaan nasabah pegadaian
 - X_2 = Faktor sosial nasabah pegadaian
 - X_3 = Faktor personal nasabah pegadaian
 - X_4 = Faktor psikologis nasabah pegadaian
 - a = Konstanta
 - b_{1234} = Koefisien Regresi
 - e_t = error term
- (Sudjana, 2002 : 312)

3.7.4 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap Variabel Terikat secara simultan (Muhidin, 2007:239). Untuk uji secara simultan menggunakan uji F perhitungannya dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{Jk_{reg} / k}{Jk_{res} / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

$$Jk_{(reg)} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y$$

$$Jk_{(res)} = \sum Y^2 - Jk_{(reg)}$$

n = banyaknya responden

k = banyaknya kelompok

F_{tabel} = Fa (k : n-k-1)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

- a. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima Ha ditolak
- b. Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

3.7.5 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Muhidin, 2007:239). Untuk uji secara parsial menggunakan uji t perhitungannya dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t_0 = \frac{b}{sb}$$

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima Ha ditolak
- b. Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.