

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah preferensi konsumen *smartphone* merek *Blackberry*. Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini, yaitu konsumen *smartphone* merek *Blackberry* di dalam Mal Bandung Electronic Center.

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan survey. Menurut Singarimbun (2005:4), penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat gambaran secara faktual dan menghimpun fakta tanpa melakukan pengujian hipotesa.

Sedangkan menurut Nazir (2005:54) metode deskriptif analitis adalah:

“Metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, dimana tujuannya adalah untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan fenomena yang diselidiki. Metode ini bukan saja memberikan gambaran terhadap fenomena tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan makna dari suatu masalah yang ingin dipecahkan”.

Menurut Singarimbun (2005:3), metode survei ditandai dengan proses pengambilan sampel dari suatu populasi serta digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Biasanya metode survei dilakukan dalam rangka memperoleh data yang sesuai dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian Arikunto (2006:130). Populasi ini bisa berupa sekelompok manusia, nilai-nilai, tes, gejala, pendapat, peristiwa-peristiwa, benda dan lain-lain. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pada setiap counter di dalam mal Bandung Elektronik Center.

3.3.2. Sampel

Menurut Arikunto (2006:131), “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiarto (2001:2), “sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya”. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2012:81).

Adapun teknik sampling yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan teknik sampling aksidental. Sugiyono (2012:84) menyebutkan bahwa nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Dengan demikian, yang penulis ambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung di setiap counter Bandung Electronic Center yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dan dianggap cocok sebagai sumber data pada saat penulis mengadakan penelitian.

Sampel dalam penelitian ini yaitu sampel yang diambil dari populasi karena banyaknya jumlah populasi dan waktu yang terbatas, maka untuk sampel diambil dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane (Riduwan, 2008:44).

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana: n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 d^2 = Persisi yang ditetapkan

Dengan menggunakan rumus tersebut, diperoleh sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{8250}{8250 (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{8250}{83,5} = 98,8 \\ &= 98,8 \\ &= 99\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, diperoleh hasil bahwa sampel konsumen sebanyak 99 orang, dari populasi sebesar 8250 yang didapat dari hasil perkalian banyaknya jumlah counter (330) dengan jumlah rata-rata konsumen per hari di masing-masing counter mal BEC (25 orang). Maka untuk proporsi masing-masing counter di mal sebagai berikut:

Tabel 3.1
Lokasi Mal Yang Diteliti

Nama Mall	Lokasi	Jumlah Counter	Jumlah rata-rata konsumen/ hari di counter BEC	Sampel Konsumen
Bandung Electronic Center (BEC)	Jl. Punawarman No. 13-15	330	25 orang	99

Dengan demikian, yang penulis ambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen *smartphone* merek *Blackberry* yang berkunjung ke mal Bandung Electronic Center, yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dan dianggap cocok sebagai sumber data pada saat penulis mengadakan penelitian.

3.4. Operasional Variabel

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dalam penelitian ini terlebih dahulu setiap variabel didefinisikan, kemudian dijabarkan melalui operasional variabel. Hal ini dilakukan agar setiap variabel dan indikator penelitian dapat diketahui skala pengukurannya secara jelas. Operasional variabel penelitian secara rinci diuraikan pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Pengukuran	Skala
1	Preferensi Konsumen	Konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan dalam membeli beberapa kelompok barang tertentu karena ia lebih menyenangkannya daripada kumpulan barang lain, Samuelson, Pratama Rahardja (2002:70).	Data diperoleh dari jawaban responden mengenai alasan-alasan dalam memilih produk, dalam penelitian ini untuk mengukur preferensi konsumen menggunakan indikator: <ul style="list-style-type: none"> • Prioritas Pilihan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat uregensinya 2. Kesempatan yang dimiliki 3. Pertimbangan Masa Depan 4. Kemampuan Diri 	Ordinal
2	Rasionalitas	Rasionalitas yaitu menganggap bahwa para konsumen berperilaku rasional jika secara teliti mempertimbangkan semua alternatif dan memilih alternatif yang memberikan keuntungan besar, Schiffman dan Kanuk (2007:78).	Data diperoleh dari jawaban responden mengenai sejauh mana tingkat rasional konsumen dalam penelitian ini untuk mengukur rasionalitas menggunakan indikator: <ul style="list-style-type: none"> • Kalkulasi secara sadar • Pilihan secara konsisten • Memaksimalkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan 2. Pengetahuan 3. Manfaat 4. Kualitas 	Ordinal

			Guna		
3	Anggaran	Anggaran adalah sejumlah uang tertentu yang bersumber dari pendapatan setiap bulan konsumen untuk pengeluaran konsumsi, Sudarsono (1995:45).	Data diperoleh dari jawaban responden. Dalam penelitian untuk mengukur anggaran menggunakan indikator: Besarnya <i>budget</i> atau anggaran yang diterima konsumen per bulan	1. Pendapatan 2. Alokasi pengeluaran	Interval

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diambil adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari responden sedangkan data sekunder yaitu data yang sudah tersedia berupa catatan atau dokumentasi perusahaan. Untuk data primer pengumpulan datanya adalah dengan cara menyebarkan angket (kuesioner).

Menurut Arikunto (2010:268) Sebelum menyusun angket harus melalui beberapa prosedur yaitu:

1. Merumuskan tujuan yang akan dicapai dengan kuesioner
2. Mengidentifikasi variabel yang akan dijadikan sasaran kuesioner
3. Menjabarkan setiap variabel menjadi sub-variabel yang lebih spesifik dan tunggal.
4. Menentukan jenis data yang akan dikumpulkan, sekaligus untuk menentukan teknik analisisnya.

Sedangkan untuk data sekunder teknik pengumpulan data diperoleh secara tidak langsung baik dari literatur, arsip-arsip dan dokumen-dokumen yang dimiliki oleh instansi.

3.6. Instrumen Penelitian

Dalam suatu penelitian alat pengumpulan data atau instrument penelitian akan menentukan data yang dikumpulkan dan menentukan kualitas penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tentang rasionalitas, anggaran dan preferensi konsumen.

Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian ini adalah skala *likert*. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono 2012: 93).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|---|---|
| 1. Setuju/ selalu/ sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/ sering/ positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu/ kadang-kadang/ netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/ tidak pernah diberi skor | 1 |

Selanjutnya agar hasil penelitian tidak bias dan diragukan kebenarannya maka alat ukur tersebut harus valid dan reliabel. Untuk itulah terhadap angket yang diberikan kepada responden dilakukan 2 (dua) macam tes, yaitu tes validitas dan tes reliabilitas.

3.6.1. Tes Validitas

Menurut Arikunto (2010:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

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

(Arikunto, 2010 : 213)

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai dari tabel korelasi nilai r dengan derajat kebebasan (n-2), dimana n menyatakan jumlah banyaknya responden dimana :

$$r_{\text{hitung}} > r_{0,05} = \text{valid}$$

$$r_{\text{hitung}} \leq r_{0,05} = \text{tidak valid.}$$

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya, (Arikunto, 2009: 75)

Antara 0,800 – 1,000 : sangat tinggi

Antara 0,600 – 0,799 : tinggi

Antara 0,400 – 0,599 : cukup tinggi

Antara 0,200 – 0,399 : rendah

Antara 0,000 – 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

Penafsiran harga koefisien korelasi ada dua cara yaitu:

1. Dengan melihat harga r dan diinterpretasikan misalnya korelasi tinggi, cukup, dan sebagainya.
2. Dengan berkonsultasi ke tabel harga kritik r product moment sehingga dapat diketahui signifikan tidaknya korelasi tersebut. Jika harga r lebih kecil dari harga kritik dalam tabel, maka korelasi tersebut tidak signifikan. Begitu juga arti sebaliknya.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Arikunto (2010: 221) Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama. Untuk menghitung uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *alpha* dari Cronbach sebagaimana berikut:

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

(Arikunto, 2010:239)

dimana :

- r_{11} = reliabilitas instrument
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians butir
- σ_i^2 = varians total

Kriteria pengujiannya adalah jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$, maka instrumen tersebut adalah reliabel, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrument tidak reliabel.

Selanjutnya, untuk melihat signifikansi reliabilitasnya dilakukan dengan mendistribusikan rumus *student t*, yaitu:

$$t_{hit} = \frac{r_{xy} \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan kriteria : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka instrument penelitian reliabel dan signifikan, begitu pula sebaliknya.

3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.7.1. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data hasil jawaban dari responden dilakukan analisa *crosstab*, yaitu merupakan analisa yang masuk dalam kategori statistik deskripsi di mana menampilkan tabulasi silang atau tabel kontingensi yang menunjukkan suatu distribusi bersama dengan pengujian hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Singarimbun (2005:273), analisa tabulasi silang adalah metode analisa yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan cukup kuat untuk menjelaskan hubungan antarvariabel.

Analisa *crosstab* termasuk kedalam analisis statistik deskriptif. Deskripsi data yang dilakukan meliputi ukuran pemusatan data, yang meliputi mean, median dan modus. Adapun pengertian dari mean, median dan modus menurut Santosa dan Hamdani (2007:68) sebagai berikut:

- Mean merupakan nilai rata-rata dari suatu jumlah populasi atau juga menjadi nilai rata-rata dari suatu jumlah sampel atau bisa diartikan nilai yang dianggap dapat mewakili suatu kumpulan data.
- Median adalah nilai tengah dari rangkaian data yang telah diurutkan, dari data dengan nilai paling kecil hingga yang terbesar atau sebaliknya. Dengan menghitung median suatu rangkaian data, distribusinya terbagi menjadi dua bagian yang sama yakni separuh berada dibawah nilai median, sedangkan separuhnya lagi berada diatas nilai median.
- Modus adalah data yang memiliki frekuensi terbanyak atau paling sering terjadi. Suatu rangkaian data dikatakan memiliki suatu modus bila terdapat satu data yang mempunyai jumlah terbesar.

3.7.2. Pengujian Hipotesis

Pemilihan tes statistik dalam penelitian ini, menggunakan metode statistik non parametrik. Tujuannya untuk mengetahui hubungan antar variabel. Alat bantu yang digunakan yaitu dengan menggunakan program komputer *SPSS 18*.

Uji Statistik Non-Parametrik ialah suatu uji statistik yang tidak memerlukan adanya asumsi-asumsi mengenai sebaran data populasinya (belum diketahui sebaran datanya dan tidak perlu berdistribusi normal). Oleh karenanya statistik ini juga dikemukakan sebagai statistik bebas sebaran (tidak mensyaratkan bentuk sebaran parameter populasi, baik normal atau tidak). Statistika non-parametrik dapat digunakan untuk menganalisis setidaknya-tidaknya data yang berskala Nominal atau Ordinal. Data berjenis Nominal dan Ordinal tidak menyebar normal. Dari segi data, pada dasarnya data berjumlah kecil, yakni kurang dari 30 data.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji *Spearman Rank*. Menurut Wijaya (2001:95) *Spearman Rank / rho* (r_s) merupakan ukuran korelasi menuntut kedua variabel pengamatan sekurang-kurangnya diukur dalam skala ordinal sehingga objek-objek atau individu-individu yang diamati dapat dirangking dalam dua rangkaian berurut.

Spearman Rank dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana : r_s = Rho / spearman rank
 di = Selisih rangking
 n = Populasi

Menurut Wijaya (2001:95) apabila terdapat nilai pengamatan yang sama atau kembar, statistik r_s dihitung dengan rumus berikut:

$$r_s = 1 - \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana:

$$\begin{aligned}\sum x^2 &= \frac{N^3 - N}{12} - \sum Tx & \text{dan} & \quad \sum Tx = \sum \frac{t^3 - t}{12} \\ \sum y^2 &= \frac{N^3 - N}{12} - \sum Ty & \text{dan} & \quad \sum Ty = \sum \frac{t^3 - t}{12}\end{aligned}$$

Untuk menguji signifikansi r_s menurut Sugiyono (2008:366) dilakukan dengan statistik t, yaitu:

$$t = r_s \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r_s^2}}$$

Dengan kriteria :

- 1) Tolak H_0 jika $t > t_{\alpha/2(k-2)}$
- 2) Terima H_0 jika $t < t_{\alpha/2(k-2)}$

