

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

1.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh penyusun adalah penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu penelitian yang mengambil data dari lapangan. Dalam hal ini, objek penelitian adalah para mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, khususnya untuk program studi Ekonomi Islam dan Ilmu Ekonomi.

1.1.2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian akan dilakukan di kampus Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Kaliurang Km. 14,5 dan kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia di Condong Catur, Yogyakarta.

1.1.3. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang akan digunakan yaitu:

- i. Data primer adalah data yang bersumber dari pihak pertama atau sumber pertama. Dimana data tersebut diperoleh dari pengisian kuisisioner yang berisi tanggapan-tanggapan responden terkait pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi.
- ii. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan seperti buku, majalah, jurnal, internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan materi skripsi ini.

1.1.4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data-data dalam skripsi ini dengan berbagai cara, diantaranya yaitu:

i. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Mempelajari beberapa literatur tertulis baik yang bersumber pada buku, jurnal, majalah, artikel, makalah, koran dan internet maupun dari sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini merupakan salah satu hal penting yang dilakukan oleh peneliti.

ii. Studi lapangan (*Field Research*)

Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lokasi dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- Kuisisioner atau angket, yang mana merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan.¹ Dalam penelitian ini, kuisisioner atau angket akan disebarkan kepada mahasiswa yang menjadi sasaran penelitian.
- Dokumentasi, merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu seperti bahan bacaan, buku, jurnal, dan lain sebagainya.

1.1.5. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan meliputi variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh pengaruh variabel lain).² Variabel bebas dalam penelitian

¹Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hal. 100

²Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Statistik*, Cet. 1 (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hal.

ini adalah pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial orang tua. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi.

1.1.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran

- **Pengetahuan Mahasiswa**
Sesuai dengan definisi bahwa pengetahuan adalah suatu proses dari kenal, sadar, mengerti akan sesuatu yang didapatkan melalui proses dari usaha manusia untuk tahu. Faktor yang mempengaruhinya merupakan latar belakang pendidikan, media, dan informasi.
- **Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua**
Pendidikan yang diberikan orang tua kepada anaknya akan mempengaruhi perilaku anak tersebut di kemudian hari. Di sisi lain, tingkatan sosial orang tua dan keberagaman pemberian jumlah uang kepada anak juga ikut mempengaruhi perilaku konsumsi anak kedepannya. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa dengan adanya berbagai perbedaan dalam latar belakang status sosial ekonomi orang tua mahasiswa dapat juga dinilai dari berbagai aspek seperti pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan.
- **Perilaku Konsumsi**
Yang dimaksud dengan perilaku konsumsi adalah tanggapan seseorang terhadap kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan barang dan jasa. Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah faktor individu, ekonomi, budaya, dan sosial.

1.1.7. Populasi dan Metode Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (FIAI) dan mahasiswa jurusan Ilmu Ekonomi (FE) Universitas Islam Indonesia. Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian. Sampel yang baik adalah sampel yang memiliki populasi yang *representative*, artinya

menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal.³

Populasi yang peneliti gunakan, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Mahasiswa/i aktif yang sedang menempuh studi di jurusan Ekonomi Islam dan Ilmu Ekonomi UII.
- Pendidikan formal subjek adalah perguruan tinggi.

Teknik pengambilan sampel merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya, dengan memperhatikan sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan benar-benar mewakili populasi.⁴

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sehingga, ciri-ciri atau sifat-sifat spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel.⁵

Sampel dalam penelitian ini diambil dari:

- a. Mahasiswa/i aktif angkatan 2012 dan 2013, jurusan Ekonomi Islam di FIAI UII
- b. Mahasiswa/i aktif angkatan 2012 dan 2013 jurusan Ilmu Ekonomi di FE UII.

Dari masing-masing program studi atau jurusan diambil sampel sebanyak 35 orang, hingga total keseluruhan 70 orang.

3.2. Metode Analisis Data

3.2.1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Yaitu analisis yang didasarkan pada hasil yang diberikan responden melalui survei yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis ini

³Child Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Cet. Ketujuh (Jakarta: PT. Bumi Akasara, 2005), hal. 107.

⁴Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), hal. 63

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet. Ke-1, (Bandung: CV. Alfabeta, 2000), hal. 73

bertujuan untuk menggabambarkan bagaimanakah pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi.

3.2.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda digunakan apabila variabel bebas (dependen) dari satu variabel dan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (independen). Analisis data dengan Regresi Berganda dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Perilaku konsumsi

b_0 : Konstanta Regresi

b_1 : Koefisien Pengetahuan Mahasiswa

b_2 : Koefisien Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua

X_1 : Pengetahuan Mahasiswa

X_2 : Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua

3.2.3. Analisis Uji Mann-Whitney

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis komparasional, yaitu analisis data yang bersifat hubungan perbedaan antara variabel yang satu dengan yang lainnya atau antara fakta yang satu dengan yang lainnya. Alat analisis yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Mann-Whitney* yang pada hakikatnya sama dengan uji *independent-sample test* dengan persyaratan yang lebih longgar. Kelonggaran tersebut mampu digunakan untuk tipe data ordinal dan tidak memerlukan asumsi terdistribusi normal. Test ini digunakan untuk

menetapkan apakah nilai variabel tertentu berbeda di antara dua kelompok.⁶

Statistik ujinya adalah:

$$T = S - \frac{n_1(n_1+1)}{2}$$

Jika n_1 dan n_2 lebih besar dari 20, statistik ujinya:

$$Z = \frac{T - \frac{n_1 n_2}{2}}{\sqrt{\frac{n_1 n_2 (n_1 + n_2 + 1)}{12}}} \approx N(0, 1)$$

3.2.4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi, maka dilakukan uji serentak atau Uji-F dan untuk mengetahui variabel independen mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumsi dilakukan uji parsial atau Uji-t. Untuk menguji hipotesis yang diajukan akan dilakukan:

i. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji-t)

Untuk membuktikan hipotesis kedua digunakan uji-t dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji-t dapat diketahui apakah variabel pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

a) Membuat formulasi hipotesis

- H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa terhadap perilaku konsumsi
- H_a : ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan terhadap perilaku konsumsi

⁶Cornelius Trihendradi, *Step by Step SPSS 16 Analisis Data Statistik*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), hal. 247.

- Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ha: ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ha: ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ho: tidak terdapat perbedaan antara perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII
- Ha: terdapat perbedaan antara perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII

b) Membuat taraf signifikansi dan kriteria pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

Ho diterima jika probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$

c) Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*)

d) Kesimpulan: dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah ke-3 dengan ke-2

ii. Pengujian hipotesis dengan Uji Serentak (Uji-F)

Digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Dengan Uji-

F maka dapat diketahui apakah variabel pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara simultan atau serentak terhadap variabel independen yaitu perilaku konsumsi.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

a) Membuat formulasi hipotesis

- Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa terhadap perilaku konsumsi
- Ha: ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan terhadap perilaku konsumsi
- Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ha: ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ho: tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ha: ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- Ho: tidak terdapat perbedaan antara perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII
- Ha: terdapat perbedaan antara perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII

b) Membuat taraf signifikansi dan kriteria pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

Ho diterima jika probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitas $\leq \alpha$

- c) Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*)
- d) Kesimpulan: dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah ke-3 dengan ke-2

3.3. Instrumen Penelitian

Agar jawaban responden dapat dianalisis, digunakan skala interval yang berupa skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Tiap responden cukup mengemukakan pendapatnya apakah ia sangat setuju, setuju, kurang setuju, ragu-ragu, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dengan memberikan alternatif jawaban terhadap suatu kontinum diharapkan responden akan lebih “tegas” menjawab atau minimal menunjukkan kecenderungannya.

Adapun nilai dari setiap alternatif jawaban yang disediakan adalah:

1. Sangat Setuju : bernilai 5
2. Setuju : bernilai 4
3. Ragu-ragu : bernilai 3
4. Tidak Setuju : bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju : bernilai 1

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Valid bermakna kemampuan butir dalam mendukung konstruk dalam instrumen. Suatu instrumen dinyatakan valid (sah) apabila instrumen tersebut betul-betul mengukur apa yang seharusnya diukur.⁷ Istilah

⁷Idrus, *Metode*, hal. 123

valid memberikan pengertian bahwa alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai yang sesungguhnya dari apa yang diinginkan.

Metode yang sering digunakan untuk mencari validitas instrumen adalah korelasi product moment Pearson antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut *inter item-total correlation*.⁸

Hasil dari perhitungan korelasi setiap butir soal dengan total skor didapat dengan menggunakan bantuan SPSS.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah tingkat keajekan instrumen saat digunakan kapan dan oleh siapa saja sehingga akan cenderung menghasilkan data yang sama atau hampir sama dengan sebelumnya. Reliabilitas merupakan ketepatan atau *consistency* atau dapat dipercaya. Artinya instrumen dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun diulang-ulang dan dilakukan oleh siapa dan kapan saja.⁹

Pengukuran reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, sehingga mampu mengungkap data yang lebih dipercaya. Indikator uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* lebih dari r-tabel menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel.

Cronbach Alpha diukur berdasarkan 0 sampai 1. Skala itu itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, dengan ukuran kemantapan alpha yang diinterpretasikan sebagai berikut:

⁸*Ibid*, hal. 128

⁹*Ibid*, hal. 130

- Nilai Cronbach Alpha 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

- Jika $r\text{-alpha}$ positif dan $r\text{-alpha} > \text{rule of tumb}$, maka butir-butir tersebut reliabel.
- Membandingkan *rule of tumb* dengan $r\text{-alpha}$.
- Membuat keputusan.

