

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey. Untuk mendapatkan data yang alamiah penulis memberikan perlakuan terhadap responden dengan memberikan kuesioner. Sugiyono (2017: 8) menyatakan bahwa “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Suharsimi Arikunto (2013: 3) menyatakan bahwa “penelitian deskriptif murni atau survey merupakan penelitian yang benar-benar hanya merupakan apa yang terdapat atau terjadi dalam sebuah kancah, lapangan, atau wilayah tertentu”. Selain itu, Sugiyono (2014: 147) mendefinisikan “metode deskriptif adalah metode 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”.

Berbagai penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa metode kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fakta-fakta dari data yang telah diperoleh melalui angket/kuesioner dan telah diinterpretasikan dalam pengujian hipotesis statistik. Metode tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”

dalam analisis statistika analisis faktor, variabel yang digunakan dikenal dengan variabel laten dan variabel indikator. Latan (2013) menyatakan bahwa “variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung yang dapat berupa variabel endogen ( $\eta$ ) dan variabel eksogen ( $\xi$ )”. Selain itu Wijanto (2008) menyatakan bahwa “variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati dan sering disebut sebagai indikator yang merupakan efek dari variabel laten eksogen diberi label X, sedangkan yang berkaitan dengan variabel laten endogen diberi label Y”.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Faktor Budaya ( $\xi_1$ ) meliputi: budaya ( $X_1$ ), sub-budaya ( $X_2$ ), kelas sosial ( $X_3$ ).

Faktor Sosial ( $\xi_2$ ) meliputi: kelompok acuan ( $X_4$ ), keluarga ( $X_5$ ), peran dan status ( $X_6$ ).

Faktor Pribadi ( $\xi_3$ ) meliputi: usia dan tahap siklus hidup ( $X_7$ ), pekerjaan dan lingkungan ekonomi ( $X_8$ ), gaya hidup ( $X_9$ ), kepribadian dan konsep diri ( $X_{10}$ ).

Faktor Psikologis ( $\xi_4$ ) meliputi: motivasi ( $X_{11}$ ), persepsi ( $X_{12}$ ), pembelajaran ( $X_{13}$ ), keyakinan dan sikap ( $X_{14}$ ).

### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Berdasarkan penjelasan variabel di atas, maka variabel tersebut dapat dijelaskan melalui operasionalisasi definisi variabel berikut:

1. Definisi operasional variabel perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa secara berlebihan dalam rangka memenuhi keinginannya guna mencapai kepuasan maksimal.

2. Definisi operasional variabel faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Definisi operasinal variabel faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat pada tabe 3.1 di bawah:

**Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel Laten</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Variabel Indikator</b>	<b>Jenis Data</b>	<b>Skala</b>
Faktor Budaya ( $\xi_1$ )	Faktor budaya adalah kebiasaan masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan. Baik dalam bentuk posisi di masyarakat, informasi, maupun pengetahuan.	1. Budaya ( $X_1$ ) 2. Sub-Budaya ( $X_2$ ) 3. Kelas Sosial ( $X_3$ )	Ordinal	Likert
Faktor Sosial ( $\xi_2$ )	Faktor sosial Berkaitan dengan sekelompok orang yang mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan yang didasari oleh kebiasannya.	1. Kelompok Acuan ( $X_4$ ) 2. Keluarga ( $X_5$ ) 3. Peran dan Status ( $X_6$ )	Ordinal	Likert
Faktor Pribadi ( $\xi_3$ )	faktor pribadi berkaitan dengan kebiasaan individu yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekatnya untuk menentukan pilihan dalam bentuk tindakan.	1. Usia dan Siklus Hidup ( $X_7$ ) 2. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi ( $X_8$ ) 3. Gaya Hidup ( $X_9$ ) 4. Kepribadian dan Konsep Diri ( $X_{10}$ )	Ordinal	Likert

Faktor Psikologis ( $\xi_4$ )	Kotler dan Keller (2012) menyebutkan bahwa “faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang, pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologis”	1. Motivasi ( $X_{11}$ ) 2. Persepsi ( $X_{12}$ ) 3. Pembelajaran ( $X_{13}$ ) Keyakinan dan Sikap ( $X_{14}$ )	Ordinal	Likert
-------------------------------	---	--	---------	--------

### 3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan metode deskriptif. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data alamiah yang dalam pengumpulan datanya diperlukan perlakuan dengan memberikan angket/ kuesioner kepada responden. Sugiono (dalam Tanjung dan Ahmad Prayudi, 2018:127) menyatakan bahwa “penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain”.

Desain survey deskriptif digunakan agar dapat memperoleh gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam sebagai objek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan Tahun 2021. Gambaran populasi secara rinci disusun dalam tabel 3.2.

**Tabel 3. 2 Data Populasi Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Jurusan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
<b>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan</b>		
1.	Pendidikan Masyarakat	100
2.	Pendidikan Bahasa Indonesia	117
3.	Pendidikan Bahasa Inggris	127
4.	Pendidikan Matematika	137
5.	Pendidikan Fisika	90
6.	Pendidikan Biologi	116
7.	Pendidikan Ekonomi	107
8.	Pendidikan Geografi	94
9.	Pendidikan Sejarah	140
10.	Pendidikan Jasmani	218
<b>Fakultas Teknik</b>		
11.	Teknik Elektro	57
12.	Teknik Informatika	125
13.	Teknik Sipil	80
<b>Fakultas Ilmu Kesehatan</b>		
14.	Kesehatan Masyarakat	123
15.	Gizi	81
<b>Fakultas Ekonomi dan Bisnis</b>		
16.	Ekonomi Pembangunan	211
17.	Manajemen	284
18.	Akuntansi	225
19.	Perbankan dan Keuangan	99
<b>Fakultas Agama Islam</b>		
20.	Ekonomi Syariah	126
<b>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</b>		
21.	Ilmu Politik	133
<b>Fakultas Pertanian</b>		
22.	Agroteknologi	79
23.	Agribisnis	118
<b>Jumlah</b>		<b>2.987</b>

*Sumber: Divisi TIK Rektorat Universitas Siliwangi, 2022*

### 3.4.2 Sampel

Dalam penelitian ini sampel diambil menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) “*Probability Sampling* adalah teknik pengamabilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Selanjutnya, *simple random sampling* merujuk pada anggota samsampel yang diambil dilakukan secara acak tanpa adanya pengaruh strata dalam populasi.

Selain itu, digunakan pula teknik sampling *propotional random sampling*. Teknik pengambilan sampel secara proposional dilakukan dengan memperhatikan perbandingan jumlah sampel yang akann diambil dalam suatu wilayah. Pada penelitian ini, penulis menetapkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10%

Untuk Populasi (N) sebanyak 2.987 dengan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan sebesar 10%. Dengan demikian ukuran sampel yang dibutuhkan berdasarkan rumus di atas adalah:

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

$$n = \frac{2987}{1 + 2987 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2987}{1 + 2987 (0,01)}$$

$$n = \frac{2987}{1 + 29,87}$$

$$n = \frac{2987}{30,87}$$

$$n = 96,66 = 97 \text{ (dibulatkan)}$$

Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap jurusan dilakukan dengan alokasi proporsional agar sampel yang diambil lebih proporsional dengan cara:

$$\text{Jumlah Sampel Tiap Jurusan} = \frac{\text{Jumlah Mahasiswa}}{\text{Jumlah Populasi}} \text{ Jumlah Sampel}$$

Adapun sampel setiap jurusan dari penelitian ini sejumlah 97 mahasiswa yang diuraikan dalam tabel 3.4.

**Tabel 3. 3 Distribusi Sampel Penelitian**

No.	Jurusan	Jumlah Mahasiswa	Sampel Per Jurusan
1.	Pendidikan Masyarakat	100	$100/2897 \times 97 = 3$
2.	Pendidikan Bahasa Indonesia	117	$117/2897 \times 97 = 4$
3.	Pendidikan Bahasa Inggris	127	$127/2897 \times 97 = 4$
4.	Pendidikan Matematika	137	$137/2897 \times 97 = 4$
5.	Pendidikan Fisika	90	$90/2897 \times 97 = 3$
6.	Pendidikan Biologi	116	$116/2897 \times 97 = 4$
7.	Pendidikan Ekonomi	107	$107/2897 \times 97 = 3$
8.	Pendidikan Geografi	94	$94/2897 \times 97 = 3$
9.	Pendidikan Sejarah	140	$140/2897 \times 97 = 5$
10.	Pendidikan Jasmani	218	$218/2897 \times 97 = 7$
11.	Teknik Elektro	57	$57/2897 \times 97 = 2$
12.	Teknik Informatika	125	$125/2897 \times 97 = 4$
13.	Teknik Sipil	80	$80/2897 \times 97 = 3$
14.	Kesehatan Masyarakat	123	$123/2897 \times 97 = 4$
15.	Gizi	81	$81/2897 \times 97 = 3$
16.	Ekonomi Pembangunan	211	$211/2897 \times 97 = 7$
17.	Manajemen	284	$211/2897 \times 97 = 9$
18.	Akuntansi	225	$225/2897 \times 97 = 7$
19.	Perbankan dan Keuangan	99	$99/2897 \times 97 = 3$
20.	Ekonomi Syariah	126	$126/2897 \times 97 = 4$
21.	Ilmu Politik	133	$133/2897 \times 97 = 4$
22.	Agroteknologi	79	$79/2897 \times 97 = 3$
23.	Agribisnis	118	$118/2897 \times 97 = 4$
<b>Jumlah</b>		<b>2987</b>	<b>97</b>

Sumber: Pengolahan Sampel Penulis, 2022.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, maka diperlukan pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan, dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017:142). Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 3.5.1 Angket/Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) “kuesioner merupakan teknik pengumpulana data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Untuk mengetahui tanggapan dari responden terhadap variabel yang akan diukur, maka pernyataan atau pertanyaan yang diajukan harus dibuatkan berdasarkan indikator dari variabel yang diteliti. Kuesioner disebarakan melalui penyebaran Google Formulir.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dimana setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden sudah memiliki jawaban, kemudian responden bisa memilih jawaban tersebut sesuai dengan kebutuhan. Metode ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

#### 3.5.2 Pedoman Penskoran Kuesioner

Kuesioner yang diisi oleh responden sudah memiliki jawaban dengan berbagai kemungkinan sesuai dengan skor yang ditetapkan seperti dalam tabel 3.5.

**Tabel 3. 4 Penskoran Jawaban Responden**

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Ragu-Ragu (R)	3	Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017:93). Dengan menggunakan skala likert, jawaban dari setiap item instrumen memiliki tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati sehingga data yang diperoleh dapat lebih mudah diolah agar mendapatkan hasil yang lebih baik dan sistematis. Instrumen kuesioner yang hendak disebarkan baiknya diuji terlebih dahulu. Hal tersebut bertujuan agar pengambilan data yang dibutuhkan dapat diketahui validitas dan reliabilitas.

*Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian*

Variabel	Indikator Variabel	Sub Indikator	No Butir Soal	Keterangan Soal	Jumlah Butir Soal
Faktor Budaya	Kebudayaan (X <sub>1</sub> )	Keinginan	1	Positif	4
			2	Negatif	
		Cara Mendapatkan Keinginan	3	Negatif	
			4	Negatif	
	Sub-Budaya (X <sub>2</sub> )	Kelompok Nasionalis	5,6	Negatif	6
			Kelompok Keagamaan	7	
		8		Positif	
		Kelompok Geografis	9	Positif	
	10		Positif		
	Kelas Sosial (X <sub>3</sub> )	Aktivitas dalam Masyarakat	11	Positif	3
			12	Positif	
			13	Positif	
		Pekerjaan (Status Sebagai Mahasiswa)	14	Positif	2
			15	Positif	
				16	Positif

Faktor Sosial		Pendapatan (Anggaran)	17	Negatif	2
		Pendidikan	18	Positif	
			19	Negatif	
	Kelompok Referensi (X <sub>4</sub> )	Kelompok Masyarakat Maya	1	Negatif	3
			2	Negatif	
			3	Negatif	
		Kelompok Persahabatan	4	Positif	5
			5	Negatif	
			6	Negatif	
			7	Positif	
			8	Positif	
		Kelompok Belanja	9	Positif	1
			Keluarga (X <sub>5</sub> ) (ayah, ibu, dan saudara kandung)	10	Positif
	11			Positif	
	12			Positif	
	13			Positif	
	14	Positif			
	Peran dan Status (X <sub>6</sub> )	Norma	15	Negatif	2
			16	Positif	
		Harapan	17	Positif	2
			18	Negatif	
Faktor Pribadi	Usia dan Siklus Hidup (X <sub>7</sub> )	Selera	1	Positif	3
			2	Positif	
			3	Negatif	
	Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi (X <sub>8</sub> ) (Mahasiswa)	Kebutuhan Sebagai Mahasiswa	4	Positif	3
			5	Positif	
			6	Positif	
		Kemampuan Keuangan	7	Positif	4
			8	Negatif	
			9	Positif	
		10	Negatif		
	Gaya Hidup (X <sub>9</sub> )	Hobi	11	Negatif	2
			12	Negatif	
		Opini	13	Negatif	4
			14	Positif	
			15	Negatif	
			16	Positif	
	Hedonis	17	Negatif	2	
		18	Negatif		
	Kepribadian dan Konsep Diri (X <sub>10</sub> )	Diri Fisik	19	Positif	2
20			Positif		
Diri Pribadi		21	Negatif	2	

			22	Positif	
Faktor Psikologis	Motivasi (X <sub>11</sub> )	Kebutuhan Fisiologis	1	Positif	2
			2	Positif	
		Kebutuhan Rasa Aman	3	Positif	2
			4	Positif	
		Kebutuhan Ego/ Penghargaan Diri	5	Negatif	2
			6	Positif	
		Kebutuhan Aktualisasi Diri	7	Positif	2
			8	Positif	
		Kebutuhan Sosial	9	Negatif	2
			10	Positif	
	Persepsi (X <sub>12</sub> )	Perhatian	11	Positif	2
			12	Positif	
		Ketertarikan	13	Positif	2
			14	Positif	
		Tindakan	15	Positif	1
	Pembelajaran (X <sub>13</sub> )	Pengalaman Diri Sendiri	16	Positif	2
			17	Positif	
		Pengalaman Orang Lain	18	Positif	3
			19	Positif	
			20	Negatif	
	Keyakinan (X <sub>14</sub> )	Kepercayaan Diri	21	Positif	4
			22	Positif	
			23	Negatif	
			24	Positif	

### 3.6.1 Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah pernyataan yang dimuat dalam kuesioner sudah valid atau tidak, maka diperlukan uji Validitas. Sugiyono (2017:121) “Validitas berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Instrumen dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti.

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan rumus Koefisien Korelasi Produk-Moment Pearson (*Pearson Product-Moment Correlation Coefficient*), yaitu :

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara X dan Y

$\sum X$  = Jumlah skor variabel X

$\sum Y$  = Jumlah skor total Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian antara skor X dan Skor Y

$(\sum X)^2$  = Jumlah kuadrat dari skor distribusi X

$(\sum Y)^2$  = Jumlah kuadrat dari skor distribusi Y

N = Jumlah responden (Subjek)

(Arikunto, 2019:213)

Teknik uji validitas tersebut digunakan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Hasil uji validitas diperoleh dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel dimana  $df = n - 2 = 58 - 2 = 56$  berada pada taraf signifikan 10% dan nilai r tabel 0,305, maka selanjutnya dapat dilihat apakah item kuesiner tersebut valid atau tidak.

**Tabel 3. 6 Rangkuman Hasil Uji Validitas**

Variabel	Jumlah Item Butir Semula	Nomor Item Tidak Valid	Jumlah Butir Tidak Valid	Jumlah Butir
Faktor Budaya(ξ1)	19	X3.2	1	18
Faktor Sosial(ξ2)	18	X4.3	1	17
Faktor Pribadi (ξ3)	22	-	-	22
Faktor Psikologis (ξ4)	24	-	-	24
<b>Jumlah</b>	<b>83</b>		<b>2</b>	<b>81</b>

Sumber : Hasil Uji SPSS 26 Uji Validitas

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:121) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Kemudian Arikunto (2019:221) menyebutkan “Reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan *cronbach alpha* menggunakan SPSS23 (*Statistical Package for the Social Sciences 23*). Instrumen dapat ditentukan reliabel atau tidak dengan batasan 0,6 dimana reliabilitas  $<0,6$  berarti kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan  $>0,8$  adalah baik.

**Tabel 3. 7 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas**

Reliabilitas	Klasifikasi
0,8 – 1,00	Sangat Tinggi
0,6 – 0,8	Tinggi
0,4 – 0,6	Sedang
0,2 – 0,4	Rendah
0,0 – 0,2	Sangat Rendah

**Tabel 3. 8 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Koefisien Cronbachs Alpha	Tingkat Reliabilitas	Total Item
Faktor Budaya( $\xi_1$ )	0,842	Sangat Tinggi	19
Faktor Sosial( $\xi_2$ )	0,880	Sangat Tinggi	18
Faktor Pribadi( $\xi_3$ )	0,915	Sangat Tinggi	22
Faktor Psikologis( $\xi_4$ )	0,924	Sangat Tinggi	24

Sumber : Hasil Uji SPSS 26 Uji Reliabilitas

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 26, diperoleh bahwa variabel Faktor Budaya( $\xi_1$ ) ( $0,842 \geq 0,7$ ), Faktor Sosial( $\xi_2$ ) ( $0,880 \geq 0,7$ ), Faktor Pribadi( $\xi_3$ ) ( $0,915 \geq 0,7$ ), dan Faktor Psikologis( $\xi_4$ ) ( $0,924 \geq 0,7$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur untuk pernyataan ( $\xi_1$ ), ( $\xi_2$ ), ( $\xi_3$ ), ( $\xi_4$ ) dapat dipercaya (*reliable*) dan telah layak untuk digunakan pada analisis selanjutnya.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif Presentase

Penelitian ini dilakukan menggunakan analisis deskriptif presentase. Metode ini digunakan agar dapat memberikan gambaran dari suatu variabel yang diteliti agar lebih mudah dipahami. Data yang telah diperoleh kemudian dikuantitatifkan guna mempermudah dalam menggambarkan keadaan suatu objek

atau peristiwa yang bersifat sebagai kualitatif. Indeks peserantase dapat dihitung untuk pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DP = \frac{n}{N} \times 100$$

Keterangan :

DP: Deskriptif Presentase

n : Jumlah nilai yang diperoleh (skor riil)

N : Jumlah nilai maksimum seluruhnya (skor ideal)

(Afidah, 2020:274)

Menentukan kriteria sebagai dasar untuk mengklasifikasikan hasil perhitungan presentase. Penentuan kriteria diantaranya sebagai berikut:

1. Menentukan angka presentase tertinggi

$$\frac{\text{total skor maksimal}}{\text{total skor maksimal}} \times 100\%$$

2. Menentukan angka presentase terendah

$$\frac{\text{total skor minimal}}{\text{total skor maksimal}} \times 100\%$$

3. Menentukan rentang

$$\text{Rentang} = \text{presentase tertinggi} - \text{presentase terendah}$$

4. Menentukan interval =  $\frac{\% \text{ tertinggi} - \% \text{ terendah}}{\text{jumlah kategori}}$

Untuk mengetahui tingkat ketegori tersebut, skor yang telah diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif presentase dikonsultasikan dengan tabel 3.10.

**Tabel 3. 9 Kriteria Deskriptif Presentase**

Rentang Presentase	Kriteria
84% - 100%	Sangat Baik
68% - 83%	Baik
52% - 67%	Cukup Baik
36% - 51%	Kurang Baik
20% - 35%	Tidak Baik

### 3.7.2 Analisis Faktor

Imam Ghozali (2016:377) menjelaskan metode analisis faktor merupakan “suatu Teknik meringkas atau mereduksi informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu set dimensi bary atau variater (*factor/component*)”. Kemudian dikatakan juga bahwa “Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menguji apakah suatu indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel”.

Model umum dari analisis faktor konfirmatori adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{X} = \Lambda\mathbf{X}\xi + \delta$$

Keterangan:

$\mathbf{X}$  : variabel indikator

$\Lambda\mathbf{X}$  : faktor loading antar indikator

$\xi$  : variabel laten

$\delta$  : galat pengukuran yang berhubungan dengan x

(Purnomo, 2012:107)

Berikut beberapa langkah yang diperlukan dalam melakukan analisis faktor konfirmatori sebagai berikut:

1. *Kaiser Meyer Oikin (KMO) dan Barlett's Test*

Uji KMO digunakan untuk meneliti kalayakan dari suatu analisis faktor. Suatu variabel dapat dinyatakan valid dan dapat diproses lebih lanjut apabila koefisien KMO berada diantara 0,5 – 1,0. Sedangkan apabila koefisien KMO dibawah 0,5 maka variabel dinyatakan tidak valid dan tidak dapat diproses lebih lanjut.

Untuk menguji interdependensi antar variabel yang menjadi indikator suatu faktor, maka diperlukan uji *Barlett's Test*. Uji ini dapat menunjukkan bahwa setiap indikator dalam sampel berkorelasi atau tidak antara satu dengan yang lainnya dalam populasi. Agar analisis faktor dapat dilanjutkan maka uji *barlett's test* harus menunjukkan angka di atas 0,5.

## 2. *Anti – Image Correlation Test*

Hasil analisis korelasi setiap indikator dalam sampel (variabel) disajikan dalam *Anti-Image Correlation Test*. Hasil perhitungan analisis ini menunjukkan sejumlah angka yang kemudian membentuk diagonal bertanda “a”. tanda tersebut menunjukkan angka MSA (*Measure of Sampling Adequency*) dari variabel. Uji MSA digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel. Jika angka MSA menunjukkan di bawah 0,5 maka variabel dinyatakan gugur dan harus dikeluarkan serta dilakukan pemilihan ulang variabel.

## 3. *Communalities Test*

Nilai yang menunjukkan kontribusi variabel terhadap faktor yang dibentuk disebut dengan nilai *communalities*. Nilai *communalities* yang besar akan menunjukkan semakin erat hubungan antara indikator-indikator yang diteliti dengan faktor yang terbentuk. Agar dapat dilakukan analisis selanjutnya maka nilai *communalities* harus  $> 0,5$ . Apabila butir item memiliki nilai varians  $< 0,5$  maka butir item harus dibuang serta dilakukan analisis ulang dengan ketentuan hanya item yang memiliki nilai varians  $> 0,5$ .

## 4. *Total Variance Explained*

Untuk mengetahui berapa banyak faktor yang terbentuk maka diperlukan uji *total variance explained* dengan ketentuan faktor yang terbentuk harus memiliki *eigenvalue*  $> 1$ , jika faktor yang memiliki nilai  $> 1$ .

## 5. *Rotated Component Matrix*

Distribusi variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang telah terbentuk berdasarkan *faktor loading* setelah melalui proses rotasi dinamakan *Rotated Component Matrix*. Variabel dapat dimasukkan sebagai indikator apabila suatu faktor memiliki nilai loading  $> 0,5$ . Variabel dengan *faktor loading*  $< 0,5$  dianggap memiliki kontribusi yang lemah terhadap faktor yang terbentuk sehingga harus digugurkan.

### **3.8 Langkah-Langkah Penelitian**

Langkah-langkah dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan
  - a. Melakukan Studi Pendahuluan
  - b. Menyusun Proposal Penelitian
  - c. Mengajukan Instrumen Penelitian
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Menyebarkan Angket/Kuesioner Penelitian
  - b. Mengumpulkan Data/Angket/Kuesioner Penelitian
  - c. Mengolah dan Menganalisis Data Hasil Penelitian
3. Tahap Pelaporan
  - a. Penyusunan Laporan Hasil Penelitian
  - b. Memanfaatkan laporan Hasil Penelitian

### **3.9 Tempat dan Rencana Penelitian**

#### **3.9.1 Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya.

#### **3.9.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari Maret 2022 s/d Desember 2022. Seperti pada tabel 3.11.

