

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. *Filsafat positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

3.2 Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini berlokasi di bimbingan belajar di LBB Bintang Meteor Jl. Arif Rahman Hakim, Gresik. Dengan adanya lokasi yang strategis dan berdekatan dengan sekolah-sekolah favorit yang ada di Gresik serta mudah dijangkau karena dekat dengan jalan raya sehingga dengan mudah siswa mencari LBB Bintang Meteor. Tetapi dengan bertambahnya Lembaga Bimbingan Belajar yang semakin banyak hal ini mengakibatkan kurangnya siswa yang ada di LBB Bintang Meteor di Jl. Arif Rahman Hakim, Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

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,2010;115). Populasi

pada penelitian ini adalah siswa kelas VII, VIII, X dan XI LBB Bintang Meteor Gresik yang berjumlah 170 siswa.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:131). Untuk memudahkan peneliti dalam pengambilan sampel, maka ditentukan melalui tabel Krejcie-Morgan penentu jumlah sampel untuk mewakili populasi dengan tingkat kesalahan 5%, dan sampel yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan 95% terhadap populasi, maka sampel penelitian ini sebanyak 114 siswa.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* jenis *Propotionate Stratified Random Sampling* yang berarti sampling berimbang. Kata “berimbang” menunjuk pada ukuran jumlah yang tidak sama, disesuaikan dengan jumlah anggota tiap-tiap kelompok yang lebih besar. Dengan pengertian itu maka dalam menentukan anggota sampel, peneliti mengambil wakil-wakil dari tiap-tiap kelompok yang ada dalam populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota subjek yang ada di dalam masing-masing kelompok tersebut (Arikunto, 2005:98). Adapun rumus *Proportionate Stratified Random Sampling* adalah:

$$N_i = \frac{N_i \times n}{N}$$

Keterangan:

- N_i = ukuran tiap strata sampel
- N_i = ukuran tiap strata populasi
- n = ukuran (total) sampel
- N = ukuran (total) populasi

Berikut teknik penarikan sampel dengan *Proportionate Stratified Random*

Sampling:

Tabel 3.1
Sampel Tiap Bagian

NO	Kelas	Jumlah Populasi		Jumlah Sampel
1	X	56 siswa	$N_i = \frac{56 \times 114}{170}$	38
2	XI	35 siswa	$N_i = \frac{35 \times 114}{170}$	23
3	VII	54 siswa	$N_i = \frac{54 \times 114}{170}$	36
4	VIII	25 siswa	$N_i = \frac{25 \times 114}{170}$	17
Jumlah				114

Sedangkan menurut Sugiyono (2013,86) menyatakan bahwa penentuan jumlah sample dari populasi tertentu yang dikembangkan dari *Isaac* dan *Michael* untuk tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) - \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

λ^2 dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5% dan 10%.

P = Q = 0,5 d = 0,05 s = jumlah sampel

Sebagaimana tertera pada lampiran 7.

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu

1. Variabel bebas (X)
 - a. Produk jasa (X1)

- b. Lokasi (X2)
 - c. Promosi (X3)
 - d. *People* (X4)
2. Variabel terikat, Keputusan Siswa Mengikuti Bimbingan Belajar (Y)

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Sedangkan definisi ini dimaksudkan untuk menjabarkan variabel kedalam indikator yang lebih terperinci, sehingga akan mempermudah pengamatan maupun pengukurannya. Pengukuran secara operasional adalah:

1. Produk Jasa (X_1): Produk Jasa merupakan sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, metode pembelajaran dan materi kusus yang tempat yang di LBB Bintang Meteor .

Adapun indikator dari produk jasa adalah sebagai berikut:

- a. Aktivitas
 - b. Manfaat
 - c. kepuasan
2. Lokasi (X_2): Lokasi merupakan tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Penempatan lokasi Lbb Bintang Meteor yang cukup mudah di jangkau dan berdekatan dengan sekolah negeri favorit di Gresik

Adapun indikator dari lokasi lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Lokasi Bintang Meteor Gresik mudah dicapai

- b. Lingkungan lokasi Bintang Meteor Gresik memiliki tingkat lokasi yang kondusif.
 - c. Ketersediaan tempat pelayanan nyaman dan memadai.
3. Promosi (X_3) : Sebuah promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Adapun indikator dari promosi adalah sebagai berikut:

- a. Penyampaian media promosi (Brosur, Sepanduk dan bener) yang digunakan Bintang Meteor Gresik mudah dipahami.
 - b. Keefektifan media promosi (Brosur, Sepanduk dan bener) yang diberikan Bintang Meteor Gresik mempunyai efek terhadap keputusan siswa
 - c. Kemudahan perolehan informasi tentang Bintang Meteor Gresik selalu tersedia dengan baik.
4. *People* (X_4)

People sendiri bermakna karyawan yang berkerja di LBB Bintang Meteor, LBB Bintang Meteor perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan ke perofesionalan karyawan dan keramahan sebaik-baiknya.

Adapun indikator dari *people* adalah sebagai berikut:

- a. Ke perofesionalan karyawan
- b. Keramahan

5. Pengambilan Keputusan siswa mengikuti bimbel (Y): Sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Adapun indikator dari keputusan siswa adalah sebagai berikut:

- a. Anda melakukan pengambilan keputusan pada LBB Bintang Meteor Gresik karena memberikan rasa percaya.
- b. Sebelum anda melakukan pengambilan keputusan anda mendapatkan informasi yang berkenaan dengan LBB Bintang Meteor Gresik.

3.5 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pemberian skor atau penilaian ini digunakan skala *Likert* yang merupakan salah satu cara untuk mengukur dan menentukan score. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam 5 tingkatan dengan penilaian sebagai berikut :

1. Untuk jawaban Sangat Setuju, diberi nilai 5
2. Untuk jawaban Setuju, diberi nilai 4
3. Untuk jawaban Ragu-ragu, diberi nilai 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju, diberi nilai 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju, diberi nilai 1

3.6 Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini, jenis dan sumber data yang dipakai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Data Primer : data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus dan penyebaran koesioner.
2. Data sekunder : data yang diperoleh artau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan dan jurnal.

3.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data penelitian ini dengan metode angket (kuesioner). Kuesioner yaitu memperoleh data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, mengenai pengaruh produk jasa, lokasi, dan promosi terhadap pengambilan keputusan siswa dalam mengikuti bimbel. Untuk menghindari kesalahan dalam pengisian, maka peneliti terlebih dahulu menerangkan cara mengisi kuisisioner kepada para responden.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum digunakan dalam analisis selanjutnya, instrumen dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut menggunakan SPSS (*Social Product of Social Science*).

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:348) validitas adalah sejauh mana suatu instrument mampu mengukur apa yang hendak diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2009:179) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
2. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Jika r hitung $>$ dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Untuk mengukur variabel jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* apabila > 0.60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

3.9 Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi yang diperoleh dari analisis data harus menghasilkan estimator linear tidak terbatas atau bersifat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*) sehingga dalam pengambilan keputusan penentuan hipotesis dalam uji F dan uji t tidak terjadi bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi beberapa asumsi yaitu:

1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya variabel *independent* yang satu dengan *independent* yang lain dalam model regresi saling berhubungan secara sempurna atau

mendekati sempurna. Apabila pada model regresi terdapat multikolinearitas maka akan menyebabkan kesalahan estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel *independent*, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga semakin besar, hal ini akan mengakibatkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi diantara variabel *independent*. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residual (*SRESID*). Jika grafik *plot* menunjukkan suatu pola titik seperti titik yang bergelombang atau melebar kemudian menyempit, maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika grafik *plot* tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005: 105).

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2007;110).

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut Ghozali (2006:112):

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2009; 147) uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan apabila tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, pada halsecara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan selain menggunakan uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirov* (K-S). uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

Ho : Data residual berdistribusi normal apabila nilai signifikan $< 5\%$ (0,05).

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan $> 5\%$ (0,05).

3.10 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat.

Dalam rangka menganalisis pengaruh variabel bebas dengan variabel tergantung agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka digunakan pendekatan regresi linear berganda. Analisis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan siswa mengikuti bimbingan belajar

a = Konstanta atau intersep, yaitu Y pada saat $X_1 = X_2 = X_3 = 0$

b₁ = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X₁ terhadap Y jika X₁ (naik atau turun) satu unit dan X₂, X₃ konstan

b₂ = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X₂ terhadap Y jika X₂ (naik atau turun) satu unit dan X₁, X₃ konstan

b₃ = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X₃ terhadap Y jika X₃ (naik atau turun) satu unit dan X₁, X₂ konstan

X₁ = Produk jasa

X₂ = Lokasi

X₃ = Promosi

e = error atau koefisien pengganggu

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji t (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011; 97).

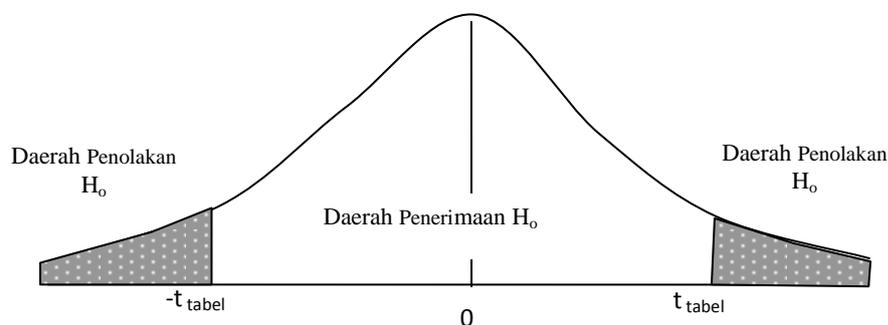
Untuk mengetahui masing – masing variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

1. $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk jasa, lokasi, promosi dan *people* terhadap keputusan siswa.
2. $H_1 = b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk jasa, lokasi, promosi dan *people* terhadap keputusan siswa.
3. Menentukan t_{table}

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\% / 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{table} .

4. Kriteria pengujian sebagai berikut :



Gambar 3.1
Disrtibusi penerimaan atau penolakan Hipotesis Uji t

5. Kriteria pengujian :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima artinya variabel produk jasa, lokasi, promosi dan *people* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan siswa.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak artinya variabel produk jasa, lokasi, promosi dan *people* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan siswa

3.11.2 Uji F (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen (pengetahuan produk, budaya dan motivasi) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent (minat beli). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis (F_{tabel}) dengan (F_{hitung}) yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Menurut (Sugiyono, 2010; 80) Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of*

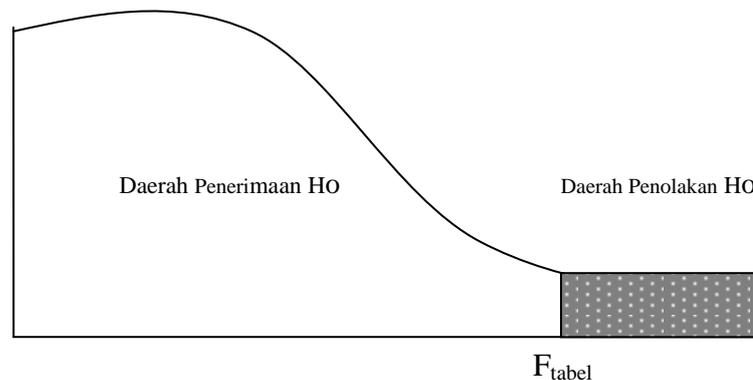
freedom) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$. Menentukan F_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah data
 k = Jumlah variabel independen

Kriteria pengujian sebagai berikut:



Gambar 3.2
Kurva Distribusi Penolakan
(Penerimaan Hipotesis Secara Simultan)

Kriteria Pengujian:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak, artinya variabel produk jasa, lokasi, promosi dan *people* secara bersamaan mempengaruhi variabel keputusan siswa secara signifikan.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima, artinya variabel produk jasa, lokasi, promosi dan *people* secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel keputusan siswa secara signifikan.