

## **BAB III**

### **METODOLIGI PENELITIAN**

#### **A. Obyek/subyek penelitian**

Objek dalam penelitian ini merupakan tingkat inklusi keuangan dikalangan pada pedagang di pasar Gamping. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah pedagang yang ada di pasar Gamping.

#### **B. Jenis Data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui subjek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa informasi yang diperoleh dari keterangan responden berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan kepada pedagang yang ada di pasar Gamping.

#### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Arikunto (2010) sampel adalah wakil dari populasi yang hendak diteliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Dengan demikian sampel merupakan sebagian dari populasi yang hendak di selidiki dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Populasi adalah kumpulan dari semua elemen yang terbentuk dalam suatu peristiwa, hal atau seseorang yang mempunyai karakteristik serupa dengan

yang menjadi pusat perhatian penelitian karena dipandang sebagai semeta penelitian (Ferdinand, 2006).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah jumlah populasi pedagang yang ada di pasar tradisional Gamping dimana jumlah pedagangna sebanyak 1.045 orang maka ada satu teori yang dapat digunakan oleh seorang peneliti untuk menghitung jumlah sampel. Teori/konsep ini disebut konsep Slovin. Penelitian ini menggunakan rumus slovin dalam penarikan sampel, yang mana jumlahnya harus resentatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak di lakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Adapun rumus yang digunakan dalam konsep slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kekeliruan pengambilan sampel yang bisa ditolerir.

Rentan sample dari teknik slovin adalah antar 10-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kuesioner. Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.045}{1 + 1.045(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.045}{11,45}$$

$n = 91,26$  di sesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan metode survey yakni dengan mengumpulkan sample dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat utama dalam pengumpulan data dan instrumen lain dalam pengumpulan data.

##### **1. Kuesioner**

kuisisioner yang disebar pada 100 responden. Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan informasi yang menjadikan analisis untuk mempelajari sikap, keyakinan, perilaku serta karakter/watak seseorang terutama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan maupun yang sudah ada (Siregar, 2012). Kuesioner dapat digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang cukup luas. Menurut Sugiyono (2005) kuesioner merupakan pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau gejala sosial (Sugiyoni, 2015). Penelitian ini membagikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada responden yang dibuat dengan skala likert dengan skala 1-5.

**Tabel 3.1**  
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor/bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015) wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan jaringan telepon.

Dalam penelitian ini jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara yang tidak terstruktur dimana wawancara yang dilakukan oleh peneliti bebas dan tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Wawancara ini digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang ada.

## E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini media sosial ( $X_1$ ), promosi langsung ( $X_2$ ), persyaratan ( $X_3$ ), dan lokasi ( $X_4$ ) digunakan sebagai analisis determinasi tingkat inklusi keuangan pedagang di pasar Gamping.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel lain (Siregar, 2012). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah tingkat inklusi keuangan di pasar Gamping, yaitu pengetahuan atau pemahaman seseorang dalam mengelola keuangan.

### 2. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain (Siregar, 2012). Variabel bebas dari penelitian ini yaitu:

- a) Media Sosial ( $X_1$ ), salah satu media utama dalam mengetahui apa itu inklusi keuangan adalah dengan media sosial karena di zaman moderen seperti sekarang ini pengetahuan sudah sangat mudah di dapatkan lewat jejaring sosial. Oleh karena itu peneliti menganggap bahwa Pemahaman tentang inklusi keuangan tidak harus dilakukan secara formal.
- b) Promosi peneliti menganggap bahwa promosi merupakan media untuk mempengaruhi tingkat inklusi keuangan seseorang selain

memberikan informasi juga dapat memberi pemahaman secara langsung, maka masyarakat akan lebih paham betapa pentingnya memperdalam pengetahuan yang dimiliki terutama dalam bidang inklusi keuangan.

- c) Persyaratan, peneliti menganggap bahwa persyaratan dapat mempengaruhi tingkat inklusi keuangan karena persyaratan merupakan hal yang paling utama dalam melakukan transaksi pada lembaga keuangan, setiap transaksi yang dilakukan baik itu menabung ataupun meminjam pasti ada persyaratan yang harus dipenuhi.
- d) Lokasi, peneliti menganggap bahwa sebagai konsumen atau customer yang ingin menabung dan meminjam uang pada lembaga keuangan akan semakin meningkat jika lokasi lembaga keuangan sangat strategis dan mudah untuk dijangkau maka keinginan untuk bertransaksi pada lembaga keuangan akan semakin meningkat.

#### **F. Uji Kualitas Instrumen dan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan instrumen berupa kuesioner, sehingga perlu dilakukan uji kualitas instrumen yang dalam penelitian ini berupa angket dengan uji validitas dan uji reliabilitas, dimana uji ini harus dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis atau analisis data.

## 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur ketepatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Maksudnya, hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur (Matondang, 2009). Skala pengukuran dikatakan valid jika dilakukan apa yang seharusnya diukur, jadi pengukurannya harus tepat dan jelas sehingga tidak terjadi sebuah kesalahan. Karena, pengukuran yang tidak valid mengakibatkan ketidak berhasilan dalam sebuah penelitian.

Pengukuran validitas akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dengan menggunakan SPSS peneliti dapat menghitung menggunakan  $r_{hitung}$  atau taraf signifikan. Apabila peneliti menggunakan  $r_{hitung}$  maka,  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  agar pertanyaan dapat dikatakan berkorelasi signifikan dan dinyatakan valid. Apabila uji validitas dengan menghitung taraf signifikan maka, nilai signifikansi pertanyaan harus kurang dari 0,5 agar dapat dinyatakan valid (Modul Komputer Statistik, 2016).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Suryabrata (2016) adalah alat ukur yang menunjukkan sejauh mana perbedaan-perbedaan skor perolehan mencerminkan perbedaan atribut yang sebenarnya. Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan suatu instrumen dan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kemantapan atau konsistensi dalam suatu instrumen penelitian.

Untuk mengukur reliabilitas pertanyaan dari kuisioner penelitian maka penulis akan menganalisa dengan menggunakan pengujian *Alpha Cronbach*. Dengan ketentuan apabila bila *Cronbach Alpha* > 0,6 maka dikatakan reliabel. (Ghazali, 2001)

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menentukan data yang telah di kumpulkan berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melakukan uji *Kolmogorov smirnov*. Jika uji Kolmogorov smirnov menunjukkan tingkat signifikansi > 0.05 maka data dikatakan terdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolerasi

Uji multikolerasi digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi diantara variable dependen dan independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variable independen (Ghozali, 2009).

Ada tidaknya multikolerasi di dalam model regresi dapat di ketahui



dari besaran VIF (*variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terdapat hubungan antara variabel dan terjadi masalah multikolerasi. Sebaliknya jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi hubungan linier antara variabel dan bebas dari masalah multikolerasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Masalah heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan model pengujian uji *Spearman's Rho*. Dimana jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi dilakukan untuk menguji model regresi linier terkait ada tidaknya kolerasi antar kesalahan (residual) periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokolerasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2011).

Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dalam regresi linier bisa dilihat dengan menggunakan uji Durbin-Watson (D-W Test).

Menurut Santoso (2012) dalam pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan Durbin Watson Test (D-W Test) sebagai berikut :

- 1) Bila nilai D-W terletak dibawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.
- 2) Bila nilai D-W terletak diantara -2 sampai +2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- 3) Bila nilai D-W diatas +2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

## **G. Uji Hipotesis dan Analisis Data**

### **1. Analisa Data**

#### **a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2015) analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi. Hubungan antara variabel dependen dan variabel independen menghubungkan persamaan antara variabel dependen Y dengan satu atau lebih dari variabel Independen  $X_1, X_2, X_3, X_4$  dalam analisis regresi.

Untuk memprediksi adanya hubungan antara variabel dependen Y dan variabel dependen X dapat dilihat dengan menggunakan analisis linier

berganda dengan Persamaan umum sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan variabel:

Y = Tingkat Inklusi Keuangan Pedagang di Pasar gamping

$\alpha$  = Konstanta

$b_1$  = Koevision Variabel Bebas  $X_1$  (Media Sosial)

$b_2$  = Koefisien Variabel Bebas  $X_2$  (Promosi Langsung)

$b_3$  = Koefisien Variabel Bebas  $X_3$  (Tingkat Harga)

$b_4$  = Koefisien Variabel Bebas  $X_4$  (Fasilitas)

$X_1$  = Media Sosial

$X_2$  = Promosi Langsung

$X_3$  = Tingkat Harga

$X_4$  = Fasilitas

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji nilai t

Uji t pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi koefisien regresi. Jika satu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menentukan nilai t hitung dapat dilihat dari nilai t hitung dengan membandingkan t table. Jika tingkat signifikansi  $t < \alpha 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ table}$  maka secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi  $t < \alpha 0,05$ , dan  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ,

maka secara simultan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji nilai F

Uji keberartian model regresi atau disebut dengan uji F, adalah pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditunjukkan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Santoso, 2006). Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Gunjarati 2001). Untuk menentukan signifikansi nilai F yaitu jika probabilitas  $F > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak. Begitupun sebaliknya jika probabilitas  $F > 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi *R-square*

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diantara 0 dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ), nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variansi variabel dependen (Ghozali, 2012).