

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan (Sugiyono, 2012:13). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Alasan utama dalam pemilihan jenis penelitian *explanatory* ini adalah untuk menjelaskan pengaruh variabel penerapan PPnBM atas *smartphone* terhadap variabel perilaku konsumen. Kemudian dapat diketahui bahwa penelitian bermaksud untuk menguji hipotesa antar variabel-variabel penelitian sehingga diketahui pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu antara variabel bebas dan variabel terikat.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Kota Malang yang beralamatkan Jl. MT. Haryono 163 Malang, Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang karena responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa perpajakan yang paham tentang pajak khususnya pajak barang mewah sehingga untuk memperoleh data dari kuesioner diperoleh dari mahasiswa perpajakan kemudian Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dipilih

peneliti sebagai tempat pengambilan data karena data yang berkaitan dengan tema penelitian seperti mahasiswa perpajakan hanya terdapat di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2012). Sedangkan menurut Djawranto (1994:420) mengatakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif jurusan Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2014 – 2017.

#### **2. Sampel**

Sampel menurut Sugiyono (2012:116) adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya jumlah pegawai pada perusahaan tertentu, jumlah dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi tertentu, jumlah penduduk di wilayah tertentu dan sebagiannya. Menurut Singarimbun & Efendi (1981:101) karena membutuhkan waktu yang lama dan memakan biaya yang besar maka dalam suatu survei tidak perlu untuk meneliti semua individu di dalam populasi. Roscoe (Sugiyono, 2011) menyatakan bahwa, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30

sampai dengan 500. Teori Fraenkel dan Wallen (1993) menyarankan, sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah 100. Oleh sebab itu, mengingat efisiensi dana, waktu, serta tenaga maka untuk pengambilan sampel tidak semua Mahasiswa Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya menjadi obyek dari penelitian ini.

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sampel bertujuan (*Purposive Sampling*). Pengertian *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2012:120) adalah pengambilan sampel dengan kriteria berupa suatu pertimbangan tertentu dan pemilihan sampel berdasarkan jumlah kuesioner yang kembali. Responden yang dipilih oleh peneliti sebanyak 120 mahasiswa berdasarkan kriteria, antara lain:

- a. Merupakan mahasiswa aktif jurusan Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- b. Merupakan pengguna aktif *smartphone* (Android atau iOS)

## **D. Data**

### **1. Jenis Data**

Untuk melengkapi penelitian ini, maka perlu didukung oleh data yang lengkap dan akurat. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Data Primer

Menurut Uma Sekaran (2011:242) data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya untuk

menemukan solusi atau masalah yang diteliti . Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden Mahasiswa Perpajakan untuk menjawab masalah maupun tujuan penelitian.

b. Data Sekunder

Menurut Sekaran (2007:60), data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data ini dapat berupa tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen, literatur dan sebagainya yang dapat menunjang dalam penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal artikel, internet, jurnal dan literatur lainnya, yang didapat tidak secara langsung oleh peneliti dari objek penelitian.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sesuai dengan tujuan spesifik penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan atau Survei Literatur

Menurut Sekaran and Bougie (2013), survei literature merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui karya publikasi dan non-publikasi dari sumber sekunder. Dalam penelitian ini,

peneliti memperoleh informasi melalui buku-buku, jurnal dan penelitian terdahulu sebagai sumber penelitian.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung pada konsumen yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2012:86). Pada penelitian ini, studi lapangan yang dilakukan oleh peneliti adalah menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142). Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para mahasiswa perpajakan Universitas Brawijaya Malang, sedangkan data sekunder berasal dari buku literatur dan penelitian terdahulu.

## **E. Variabel dan Pengukuran**

### **1. Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:38). Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) yaitu penerapan PPnBM atas *smartphone*, dan variabel dependen (Y) yaitu perilaku konsumen. Penjelasan lebih lanjut mengenai variabel-variabel tersebut akan diuraikan pada subjudul berikutnya.

## 2. Definisi Operasional Variabel

### a. Variabel Terikat (X) Penerapan PPnBM atas *Smartphone*

Merupakan penerapan pajak atas barang mewah terhadap *smartphone* yang meliputi definisi PPnBM, fungsi PPnBM, Penggolongan PPnBM atas *smartphone*, Pengenaan PPnBM atas *smartphone*, dan Pengetahuan tentang kesesuaian tarif pengenaan PPnBM.

### b. Variabel Bebas (Y) Perilaku Konsumen

Merupakan perilaku konsumen yang terdiri dari Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku.

**Tabel 2. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Item
<b>Penerapan PPnBM atas <i>Smartphone</i> (X)</b>  (Hapsari, 2015)	1. Pemahaman atas PPnBM	a. Definisi PPnBM b. Fungsi PPnBM
	2. Penerapan Kebijakan PPnBM	a. Penggolongan PPnBM atas b. Pengenaan PPnBM atas
	3. Tarif PPnBM	a. Pengetahuan tentang kesesuaian tarif pengenaan PPnBM
<b>Perilaku Konsumen (Y)</b>	1. Sikap terhadap perilaku	a. Konsumen menerima bahwa <i>smartphone</i> merupakan barang mewah yang dikenakan PPnBM b. Minat pembelian produk oleh konsumen

(Ajzen, 2005)	2. Norma subjektif	a. Orang terdekat seperti keluarga dan teman berpendapat bahwa <i>smartphone</i> tergolong barang mewah b. Konsumen membeli <i>smartphone</i> karena menganggap <i>smartphone</i> adalah barang mewah
	3. Kontrol perilaku	a. PPnBM yang ditetapkan untuk <i>smartphone</i> tergolong rasional b. Konsumen merasa senang dengan adanya ketentuan PPnBM atas <i>smartphone</i>

Sumber: Data diolah, 2017

### 3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah Skala Likert. Skala Likert merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur tentang fenomena social yang dapat diukur dengan sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang (Sugiono 2012:93). Dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Skala Likert sebenarnya untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu obyek.

Indikator-indikator diatas diukur dengan skala *Likert* yang memiliki tingkat prefensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian :

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Ragu-Ragu
- 4 = Setuju

5 = Sangat setuju

## **A. Uji Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, Ghazali (2011:160).

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah 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. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Ghozali, 2007:160).

### **3. Hasil Uji Instrumen Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.



### a. Hasil Uji Validitas

Validitas instrumen adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi Pearson Product Moment dengan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya. Bila nilai koefisien korelasi lebih besar daripada nilai kritisnya dan signifikansi hasil korelasi kurang dari  $\alpha = 0,05$  (5%) maka item instrumen dapat dinyatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS ver. 13 dan dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel**

Item	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1	0.537	0.000	0.3	Valid
X2	0.659	0.000	0.3	Valid
X3	0.639	0.000	0.3	Valid
X4	0.767	0.000	0.3	Valid
X5	0.713	0.000	0.3	Valid
Y1	0.743	0.000	0.3	Valid
Y2	0.545	0.000	0.3	Valid
Y3	0.712	0.000	0.3	Valid
Y4	0.725	0.000	0.3	Valid
Y5	0.629	0.000	0.3	Valid
Y6	0.593	0.000	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, Desember 2017

Dari Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r indikator pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ( $\alpha = 0.05$ ) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

### b. Hasil Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan, Instrumen dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih (Hair et al., 2010). Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Cronbach's Alpha. Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel Penerapan PPnBM atas *Smartphone* (X) dan Perilaku Konsumen (Y). Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel 4:

**Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel**

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Penerapan PPnBM atas <i>smartphone</i> (X)	0.681	Reliabel
2	Perilaku Konsumen (Y)	0.735	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Dari Tabel 4 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

### B. Metode Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah, sehingga akan lebih mudah dibaca ketika seseorang membaca suatu analisis data, data yang diterima dari responden selanjutnya data dianalisis dengan pengujian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* yaitu SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 13.0.

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Pedomannya adalah apabila nilai Sig. atau signifikansi  $> 0,05$  maka distribusi data dapat dikatakan normal (Ghozali, 2007:277).

### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk “menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya)” (Ghozali, 2007:95). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.

Hipotesis yang akan diuji adalah:

$$H_0 : \rho = 0 \quad (\text{tidak terdapat autokorelasi di antara sisaan})$$

$$H_1 : \rho \neq 0 \quad (\text{terdapat autokorelasi di antara sisaan})$$

### c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent variable). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas

dalam model regresi, dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan lawannya, Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ , (Ghozali 2007:277).

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2007:125). Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini dengan Uji *Scatter Plot*. Uji *Scatter Plot* dasar analisisnya adalah Jika tidak ada pola yang serta titik-titik yang menandakan komponen variabel menyebar diatas dan dibawah pada bidang scatter angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain dengan menggunakan uji *Scatter Plot*, salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Uji *Park*. Uji *Park* dapat lebih teliti dalam memantau gejala heteroskedastisitas ini. Dengan demikian, penelitian ini akan

menggunakan Uji *Park* guna menentukan gejala heteroskedastisitas variabel-variabelnya. Uji *Park* dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai logaritma residual yang telah dikuadratkan. Jika hasilnya menunjukkan secara statistik tidak signifikan (tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05) berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model penelitian tersebut dan sebaliknya (Ghazali, 2007:92).

## 2. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2007:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh (%) pengaruh variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempengaruhi variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Secara sistematis, nilai  $R^2$  dinyatakan dalam batasan  $0 < R^2 < 1$ , jika :

1.  $R^2 = 0$  (nol) berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
2.  $R^2 =$  mendekati 0 (nol) berarti lemahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen
3.  $R^2 =$  mendekati 1 (satu) berarti kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independennya  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena

itu, dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R*<sup>2</sup> pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Nilai *Adjusted R*<sup>2</sup> dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambahkan ke dalam model.

### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana dengan uji t

Analisis regresi linier sederhana adalah alat analisa yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y). Tidak semua penelitian dapat menggunakan regresi linier sederhana, hanya jenis penelitian yang hanya memakai 1 variabel *independent* (X) dan 1 variabel *dependent* (Y). Di dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh penerapan PPnBM atas *smartphone* terhadap perilaku konsumen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

Sumber: Sugiono (2012:188)

Keterangan:

Y' = nilai yang diprediksikan (perilaku konsumen)

a = konstanta atau bila harga X = 0

b = koefisien regresi

X = nilai variabel independen (Penerapan PPnBM atas *smartphone*)

Untuk dapat menemukan persamaan regresi, maka harus dihitung terlebih dahulu a dan b. Menurut Sugiyono harga a dan b dapat dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum x^2)(\sum y^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Sumber: Sugiyono (2012:188)

Keterangan:

- a = konstanta (nilai Y pada saat nol)
- b = koefisien regresi
- n = ukuran sampel atau banyak data dalam sampel
- X = nilai variabel *independent*
- Y = nilai variabel *dependen*

Ketentuan dari uji hipotesis ini adalah:

$H_0 : \mu = 0$  : Tidak terdapat pengaruh dari penerapan PPnBM atas *smartphone* terhadap perilaku konsumen.

$H_1 : \mu \neq 0$  : Terdapat pengaruh dari penerapan PPnBM atas *smartphone* terhadap perilaku konsumen.