

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2013:8) mendefinisikan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2012).

3.2 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan 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 2013:38). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2013:39). Variabel terikat pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif.
2. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono 2013:39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel X1 yaitu konformitas dan variabel X2 yaitu *fanship*.

3.3 Definisi Operasional

3.3.1 Definisi Operasional Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli barang secara berlebihan untuk memenuhi keinginan dan tidak sesuai dengan kebutuhan. Dalam penelitian ini tindakan atau perilaku tersebut adalah pembelian merchandise penggemar

boygroup atau *girlgroup* Korea. Alat ukur perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (1997), sebagai berikut :

1. Pembelian impulsif, membeli merchandise karena keinginan sesaat dan tanpa adanya pertimbangan.
2. Pemborosan, Pembelian merchandise dilakukan dalam kurun waktu yang berdekatan.
3. Pembelian secara tidak rasional, pembelian merchandise hanya untuk kesenangan dan terpengaruh orang lain.

Tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada subjek dapat dilihat dari skor tolah skala perilaku konsumtif. Semakin tinggi skor yang dihasilkan subjek, maka semakin tinggi perilaku konsumtif subjek. Sebaliknya, semakin rendah skor yang dihasilkan subjek maka semakin rendah perilaku konsumtif subjek.

3.3.2 Definisi Operasional Konformitas

Konformitas merupakan individu yang merubah sikap atau perilaku karena adanya tekanan dan agar sesuai dengan norma sosial. Perilaku merubah sikap ini karena adanya tekanan dari kelompok yaitu teman sesama penggemar. Skala konformitas memodifikasi skala milik Mehrabian & Stefl (1995), sebagai berikut :

1. Identifikasi, kemauan seorang penggemar untuk meniru idolanya.
2. Meniru, pembelian merchandise didasarkan pada saran sesama penggemar.
3. Menjadi Pengikut, individu mudah untuk terpengaruh dan mengikuti pembelian merchandise yang sama dengan teman sesama penggemar.

Tinggi rendahnya konformitas pada subjek dapat dilihat dari skor total skala konformitas. Semakin tinggi tingkat konformitas yang dilakukan subjek, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas yang dilakukan subjek maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif.

3.3.3 Definisi Operasional *Fanship*

Fanship merupakan keterikatan individu dengan objek penggemar dimana individu mengidentifikasi diri dengan yang diminati. Hal diminati disini

dimaksudkan yaitu idolanya (*boygroup* atau *girlgroup* Korea). Skala *fanship* memodifikasi skala Reysen & Branscombe (2010), sebagai berikut :

1. Keterikatan emosional dan psikologis dengan minat
2. Waktu yang dihabiskan untuk minat
3. Jumlah energi dan uang yang diinvestasikan untuk minat
4. Persepsi *ingroup* versus *outgroup*

Tinggi rendahnya *fanship* pada subjek dapat dari skor total skala *fanship*. Semakin tinggi tingkat *fanship* yang dilakukan subjek, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *fanship* yang dilakukan subjek maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

3.4 Populasi dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:80). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah komunitas penggemar k-pop di Gresik yang tergabung dalam grup whatsapp sebanyak 329 peserta.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dan kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil peneliti dari populasi haruslah representatif atau mewakili (Sugiyono, 2013:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono. 2013:84). Dengan menggunakan tipe sampling kuota. Kuota sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Penggemar K-Pop di Gresik yang tergabung dalam grup whatsapp.
2. Pernah melakukan pembelian merchandise k-pop.
3. Berdomisili atau menetap di Gresik.

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

..... (1)

Rumus 1 : Perhitungan Sampel Slovin

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi 5%

Maka sampel penelitian ini, sebagai berikut :

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

$$n = \frac{329}{1 + 329(0,05)^2}$$

$$n = \frac{329}{1 + 329(0,0025)^2}$$

$$n = \frac{329}{1 + 329(0,0025)^2}$$

$$n = \frac{329}{1,82}$$

$$n = 180,76$$

$$n = 181$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 181 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka (Sugiyono, 2013:142). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan oleh peneliti, disebut sebagai variabel penelitian, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator sebagai penyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono 2013:93).

Pada penelitian ini, variabel yang diukur menggunakan skala likert dengan alternatif empat pilihan jawaban yang terdiri atas : Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Model skala likert pada penelitian ini terdiri dari pernyataan sesuai indikator (favorable) dan pernyataan yang tidak sesuai indikator (unfavorable). Berikut adalah tabel dari penjelasan alternatif jawaban.

Tabel 3. 1 Kategorisasi Skor Jawaban Skala Likert

No	Favorabel		Unfavorabel	
	Alternatif Jawaban	Nilai	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat sesuai	4	Sangat sesuai	1
2.	Sesuai	3	Sesuai	2
3.	Tidak sesuai	2	Tidak sesuai	3
4.	Sangat tidak sesuai	1	Sangat tidak sesuai	4

3.5.1 Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek dari Lina dan Rosyid (1997). Aspek tersebut terdiri dari pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*).

Tabel 3. 2 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorabel	
1.	Pembelian impulsif	Membeli karena keinginan sesaat	8, 20	19	9
		Membeli tanpa mempertimbangkannya	4, 15	10	
		Bersifat emosioanal	11, 21	3	
2.	Pemborosan	Menghambur-hamburkan dana tanpa didasari	5, 17	13, 22	4

		kebutuhan yang jelas			
3.	Pembelian secara tidak rasional	Membeli dengan tujuan bersenang-senang	1, 12	6	9
		Membeli karena ingin merasa berbeda dengan orang lain	7, 18	16	
		Membeli dengan tujuan mengikuti trend	2, 14	9	
				Total	22

3.5.2 Skala Konformitas

Pada variabel konformitas, peneliti menggunakan skala konformitas dari Mehrabian & Stefl (1995) yang dimodifikasi oleh peneliti sesuai kebutuhan penelitian. Skala ini terdiri dari 11 item. Skala ini terdiri dari 3 aspek yaitu identifikasi, meniru, dan menjadi pengikut.

Tabel 3. 3 Blue Print Skala Konformitas

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1.	Identifikasi	Kemauan individu mengidentifikasi dan meniru orang lain	5, 10	7	3
2.	Meniru	Tindakan meniru individu lain untuk menghindari adanya suatu konflik	4, 8	2	3
3.	Menjadi Pengikut	Individu cenderung menjadi pengikut dalam kelompok	1, 3, 6	11, 9	5
				Total	11

3.5.3 Skala Fanship

Pada variabel *fanship*, peneliti menggunakan skala *fanship* dari Reysen & Branscombe (2010) yang dimodifikasi oleh peneliti sesuai kebutuhan penelitian. Skala ini terdiri dari 11 item. Skala ini terdiri dari 3 aspek yaitu keterikatan emosional dan psikologis dengan minat, waktu yang dihabiskan untuk minat, jumlah energi dan uang yang diinvestasikan untuk minat dan persepsi *ingroup* versus *outgroup*.

Tabel 3. 4 Blue Print Skala *Fanship*

No	Aspek	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1.	Keterikatan emosional dan psikologis dengan minat	2, 7, 5, 9	-	4
2.	Waktu yang dihabiskan untuk minat	1, 6	-	2
3.	Jumlah energi dan uang yang diinvestasikan untuk minat	3	4	2
4.	Persepsi <i>ingroup</i> versus <i>outgroup</i>	8, 10, 11	-	3
Total				11

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Menurut Sugiyono (2013:121) validitas adalah suatu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas isi (*content validity*). Validitas isi merupakan pengujian dengan membandingkan isi instrumen dengan materi yang telah diajarkan. Menurut Azwar (2012) indikasi terpenuhinya validitas isi dapat diperoleh melalui prosedur validasi terhadap item-item dalam tes yang bertujuan untuk mengestimasi kelayakan atau kesahihan sebuah item-item yang mewakili setiap komponen dari area isi materi yang diukur (aspek representatif) atau sejauh mana kesesuaian item-item dalam indikator tingkah laku dari atribut yang diukur. Analisis item dalam dilakukan dengan meminta pendapat para ahli (*expert judgment*). Dalam penelitian ini proses pengujian validitas instrumen menggunakan bantuan program IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS) for windows* dengan analisis statistik *korelasi product moment*.

Instrumen yang baik dan dapat dikatakan valid jika setiap item nilainya lebih besar dari batasan $r_{ix} \geq 0,30$ daya bedanya dianggap memuaskan dan valid. Tetapi, jika total item tidak mencukupi maka dapat menurunkan batas kriteria 0,30 menjadi 0,25 agar jumlah item yang diinginkan dapat tercapai. Dalam penelitian ini batas koefisien korelasi yang digunakan adalah $r_{ix} \geq 0,30$ sehingga jumlah item yang diinginkan dapat tercapai dan valid.

3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengukuran instrumen bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013: 121). Sedangkan menurut Azwar (2012), uji reliabilitas mengacu pada kepercayaan atau konsistensi hasil alat ukur yang mengandung seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Alpha Cronbach* dimana ketentuan standar besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 sampai 1,00. Reliabilitas alpha merupakan data yang diperhitungkan melalui satu bentuk skala dan digunakan hanya satu kali pada kelompok responden atau *single-trial administrasi* (Azwar 2012). Semakin tinggi koefisien reliabilitas jika mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya, jika koefisien reliabilitas semakin rendah yaitu mendekati angka 0 maka semakin rendah reliabilitasnya. Pada penelitian ini untuk menguji reliabilitas dari instrumen digunakan perhitungan yang dibantu dengan program komputer IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (Sugiyono 2013: 147). Seluruh proses analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program komputer IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS) for windows*.

Syarat dalam menggunakan statistik parametrik yaitu bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus memenuhi uji asumsi. Maka sebelum melakukan uji hipotesis, dilakukanlah uji asumsi data terlebih dahulu, yaitu :

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018: 111) Uji normalitas merupakan uji asumsi yang digunakan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah dengan analisis penelitian yang telah

ditentukan. Jika hasil menunjukkan data berdistribusi normal maka uji hipotesis penelitian yang digunakan adalah statistik parametrik. Sebaliknya, jika hasil menunjukkan data berdistribusi tidak normal, maka uji hipotesis penelitian yang digunakan adalah statistik non parametrik. Pada penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov Smirnov* data berdistribusi normal jika memiliki signifikansi $> 0,05$. Kriteria pengujiannya jika signifikansi (Sig) $> 0,05$ maka data dari penelitian berdistribusi normal. Dan sebaliknya, jika signifikansi (Sig) $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS) for windows*.

3.7.2 Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel penelitian terdapat hubungan linier yang signifikan atau tidak. Pengujian ini biasanya digunakan sebagai prasyarat untuk analisis korelasi atau regresi linear. Dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi (F) dan taraf signifikansi (p) dimana ketika $p > 0,05$ maka variabel dalam penelitian memiliki pengaruh yang linier. Sebaliknya jika $p < 0,05$ maka variabel dalam penelitian tidak memiliki pengaruh yang linier. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS) for windows*.

3.7.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dengan tujuan menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas atau independen dalam analisis regresi (Ghozali 2018: 105). Untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel independen maka dilakukan menggunakan *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)*. Multikolinearitas dapat dinyatakan dengan yang menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

3.7.4 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018: 135) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* dengan nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

3.7.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

