

BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode 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 atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, penelitian kuantitatif dilaksanakan dengan cara melakukan pengukuran. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal yang dimana melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel *dependen* dan *independen*, dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu satu variabel bebas (*independen*) yaitu fanatisme dan variabel terikat (*dependen*) yaitu perilaku konsumtif. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, sedangkan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2018). Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal

tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau suatu objek dengan objek lain menurut (Sugiyono, 2018).

3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Fanatisme

Fanatisme adalah keyakinan atau kepercayaan yang terlalu kuat terhadap suatu objek tertentu, hal ini diukur dari indikator menurut Eliani, Yuniardi, dan Masturah (2018) yaitu rasa antusias yang ekstrim, keterikatan emosi, rasa cinta, berlangsung dalam waktu yang lama, menganggap hal yang mereka yakini adalah benar, membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.

3.2.2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku dimana seseorang mengonsumsi suatu produk yang tidak sesuai kebutuhan, yang diukur dari indikator Sumartono (dalam Dikria & Mintarti, 2016) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba dari dua produk sejenis atau merek berbeda.

3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Diartikan populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudain ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah komunitas penggemar Kpop Karawang (Sugiyono, 2017). Berdasarkan data yang diperoleh kelompok penggemar Kpop/Kpopers di grup Whatsapp terdiri dari 500 orang yang bergabung.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi bila populasi besar, penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu Sugiyono (2017). Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dari *Isaac* dan *Michael* dengan jumlah populasi 500 dan taraf kesalahan yang dijadikan acuan sebesar 5%, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 205 orang komunitas penggemar K-pop di Karawang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *nonprobability sampling* adalah teknik pengemabilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, Sugiyono (2017). ara pengambilan

sampel yang digunakan adalah sampling kuota. Menurut Sugiyono (2017) sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan, dan informasi yang dapat dipercaya. Skala yang akan digunakan untuk penelitian ini yakni skala fanatisme dan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari beberapa aitem *favorable* dan *unfavorable*. aitem *favorable* merupakan aitem yang berisi konsep berperilaku yang sesuai atau mendukung atribut yang diukur dalam skala, sementara aitem *unfavorable* adalah aitem yang berisi konsep bertentangan atau tidak mendukung ciri perilaku yang dikehendaki oleh indikator berperilaku (Azwar, 2018).

Skala fanatisme dan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop di Karawang menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2018) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala *likert* disusun dalam bentuk *checklist* (√) pada respon kuesioner yang disediakan, dimana dalam masing-masing respon dibuat dengan memberikan skala 1-5, yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N),

Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian ini digunakan jenis instrumen skala psikologis dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor Aitem

<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>	
Alternatif Jawaban	Nilai	Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

3.4.1. Skala Fanatisme

Skala fanatisme pada penelitian ini menggunakan indikator-indikator Eliani, Yuniardi, dan Masturah (2018) yang dimana pada skala fanatisme terdapat 18 aitem *favorable* dan 18 aitem *unfavorable*, dengan jumlah aitem sebanyak 38.

Tabel 3.2
Blueprint Skala Fanatisme

Indikator Perilaku	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Σ
Rasa antusias yang ekstrim	1,4,6	15,19,23	6
Ketertarikan emosi	8,11,13	27,3,10	6
Rasa cinta	16,20,22	29,25,18	6
Berlangsung dalam waktu lama	24,28,7	32,34,14	6
Menganggap hal yang mereka yakini adalah benar	31,33,36	12,17,21	6
Membela dan mempertahankan yang mereka yakini	36,30,35	2,5,9	6
Σ	18	18	36

3.4.2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif pada penelitian ini menggunakan indikator-indikator menurut Sumartono (dalam Dikria & Mintarti, 2016), yang dimana terdapat 24 aitem *favorable* dan 24 *unfavorable*, dengan jumlah aitem sebanyak 48.

**Tabel 3.3 Blueprint
Skala Perilaku Konsumtif**

Indikator Perilaku	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Σ
Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,4,7	24,27,46	6
Membeli produk karena kemasannya menarik	10,12,15	8,30,43	6
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	5,17,20	38,45,48	6
Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)	23,25,28	21,29,33	6
Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	9,32,31	2,6,13	6
Memakai produk karena atas konformitas terhadap model yang mengiklankan	14,26,34	18,22,36	6
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri	37,40,42	3,11,16	6
Mencoba dari dua sisi produk sejenis atau merek berbeda.	19,35,44	47,41,39	6
Σ	24	24	48

3.5. Metode Analisis Instrumen

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Jumlah instrumen yang digunakan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti (Ridwan, 2018). Dalam analisis ini terdapat validitas dan reliabilitas instrumen.

3.5.1. Validitas

Menurut Azwar (2017) validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana akurasi tes dalam skala mampu menjalankan pengukurannya. Pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut. Pengujian validitas yang dipakai kemudian akan dilakukan secara empirik dan dikenal secara tradisional yaitu validitas isi adalah validitas yang diperkirakan melewati pengujian terhadap kelayakan atau kecocokan isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement* yaitu penilaian dari ahli untuk mengukur validitas alat ukur yang dibuat, Azwar (2017).

Adapun penghitungan hasil *expert judgement* menggunakan statistik *Lawshe's Content Validity Ratio* (CVR) dalam Azwar (2017) dilakukan dengan cara menilai apakah suatu aitem esensial (yang diperlukan dan sangat penting bagi tujuan pengukuran yang bersangkutan) dalam tiga tingkatan esensialitas yaitu 'Esensial', 'Berguna tapi tidak esensial', dan 'Tidak diperlukan'. Suatu aitem dinilai esensial bilamana aitem tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran. Statistik ini mencerminkan tingkat validasi isi pada aitem- aitem berdasarkan data empirik. *Subject Matter Expert* (SME) dimana untuk menyatakan apakah aitem dalam tes sifatnya esensial atau perlu dioperasionalisasi konstrak teoritik tes yang bersangkutan. *Content Validity Ratio* (CVR) dirumuskan sebagai berikut:

$$CVR = \left(\frac{2ne}{n} \right) - 1$$

Keterangan

ne = Banyaknya *Subject Matter Expert* (SME) yang menilai suatu aitem 'esensial'

n = Banyaknya *Subject Matter Expert* (SME) yang melakukan penilaian

3.5.1.1. Uji Analisis Aitem

Analisis aitem bertujuan untuk mengetahui keterbacaan masing-masing pernyataan yang tertera dalam skala dengan mengoreksi skor tiap butir dengan skor totalnya yang merupakan jumlah dari tiap skor butirnya. Menurut Masrun (Sugiyono, 2018) item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) yang tinggi, menunjukkan bahwa aitem tersebut mempunyai daya beda aitem yang tinggi pula, biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah $r = 0,3$. Menurut Azwar (2010) apabila aitem mencapai koefisien korelasi minimal 0,3 maka daya pembedaan dianggap memuaskan, tetapi apabila jumlah aitem yang dibutuhkan belum mencukupi dapat menurunkan sedikit batas kriteria 0,3 menjadi 0,25 agar jumlah aitem yang dibutuhkan dapat terpenuhi.

Uji validitas untuk analisis item dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan formula koefisien korelasi Pearson *product moment* dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24,0 *for windows*. Adapun rumus untuk penghitungan manual formula Pearson (dalam Azwar, 2017) adalah sebagai berikut :

$$r_{ix} = \frac{\left[\sum iX - \frac{(\sum i)(\sum X)}{n} \right]}{\sqrt{\left[\sum i^2 - \frac{(\sum i)^2}{n} \right] \left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n} \right]}}$$

Keterangan

i = Skor item

X = Skor tes

n = Banyaknya subjek

3.5.2. Reliabilitas

Pengertian reliabilitas dalam Azwar (2017) mengacu kepada suatu proses pengukuran yang dapat dipercaya atau konsistensi hasil suatu pengukuran yang dapat dipercaya terhadap kelompok subjek yang sama memperoleh hasil dengan relatif sama. Estimasi terhadap reliabilitas skor hasil tes dapat dilakukan dengan pendekatan konsistensi internal atau satu kali pengenaan satu tes kepada sekelompok individu sebagai subjek (*single-trial administration*), kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan formula *alpha cronbach* (α).

Formula *alpha cronbach* (α) dalam Kaplan & Saccuzzo (2016) merupakan metode yang paling umum untuk mencari perkiraan reliabilitas melalui konsistensi internal. Pengukuran ini mengevaluasi keseluruhan tes jangkauan ketika item yang berbeda pada tes mengukur kemampuan atau sifat yang sama.

Tahapan penghitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *alpha cronbach* dalam Siregar (2013) adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

k = Jumlah butir pernyataan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

Adapun tabel menurut Guilford sebagai acuan untuk melihat tingkat reliabilitas, sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Koefisien Reliabilitas

Klasifikasi	Koefisien Reliabilitas
Sangat tinggi	0,91 – 1
Tinggi	0,71 – 0,90
Sedang	0,41 – 0,70
Rendah	0,21 – 0,40
Sangat rendah (tidak reliabel)	< 0,20

Pada tabel di atas, merupakan cara membandingkan dalam menginterpretasikan suatu nilai apabila nilai tersebut akan dikatakan reliabel.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Normalitas

Sugiyono (2018) mengungkapkan bahwa uji normalitas adalah suatu bentuk penggunaan statistik pada penelitian yang berfungsi untuk menganalisa suatu data

dengan asumsi setiap variabel berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila data yang didapatkan rata-rata jumlahnya sama.

Uji normalitas yang digunakan menggunakan rumus *kolmogrovsmirnov* dengan bantuan program analisis statistik SPSS *for windows*. Sebuah data dapat dikatakan memiliki sebuah data normal apabila $p > 0,05$. Dengan metode ini, maka suatu data dikatakan memiliki distribusi normal jika memenuhi syarat, yakni nilai signifikansinya lebih besar dari nilai alpha 0,05 ($p > 0,05$). Namun, jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), maka data tidak terdistribusi secara normal. secara visualpun dapat dilihat melalui sebaran data, bila data tersebar merata maka dapat dikatakan berdistribusi normal.

3.6.2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji apakah keterkaitan variabel secara linear atau tidak (Sugiyono, 2018). Jika nilai *linearity Sig.* $< 0,05$ maka dapat dikatakan linear, sedangkan jika nilai *linearity Sig.* $> 0,05$ maka tidak linear (Widhiarso, 2010). Penghitungan linearitas ini menggunakan bantuan SPSS versi 24.0.

3.6.3. Regresi Linear Sederhana

Siregar (2018) salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas

(*dependent*) adalah menggunakan regresi linear. Regersi linear dibagi ke dalam dua kategori, yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Tujuan dari penerapan kedua metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*), dengan rumus

$$Y = a + b.X$$

Di mana :

Y = Vaiabel Terikat

X = Variabel bebas

a dan b = konsranta.



3.6.4. Koefisien Dertiminasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) (Siregar, 2013). Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = (R)^2 \times 100$$

Keterangan:

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

3.6.5. Uji Kategorisasi

Uji kategorisasi menempatkan individu kedalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur . Uji kategorisasi ini didasarkan oleh asumsi bahwa skor individu dalam kelompoknya merupakan estimasi terhadap skor individu dalam populasi dan asumsi bahwa skor individu dalam populasinya terdistribusi normal, dengan demikian kita dapat membuat batasan kategori skor teoritik yang terdistribusi menurut model normal standar Azwar (2017). Kategori yang digunakan untuk skala berdsiribusi normal adalah kategori jenjang dimana penggolongan subjek dibagi menjadi 3 bagian

Table 3.5
Uji Kategorisasi

Kategori	Rumus
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$
Sedang	$(\mu + 1\sigma) > X > (\mu - 1\sigma)$
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$