

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah *self-efficacy* dan *social support* mampu menjadi prediktor *psychological well-being* pada distributor *multi level marketing* Tiens Syariah di Kabupaten Karawang selama masa pandemi COVID-19. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dikarenakan pada data akhir akan dilakukan analisis menggunakan statistik. Menurut Azwar (2019) penelitian kuantitatif memberikan penekanan pada analisis data-data yang berupa angka yang dikumpulkan dengan prosedur pengukuran dan diolah menggunakan metode analisis statistika.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sudaryono (2019) variabel penelitian merupakan segala hal yang bentuknya apa saja kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang pada akhirnya didapatkan sebuah informasi mengenai hal tersebut yang kemudian terdapat penarikan kesimpulan. Variabel tergantung atau variabel *dependen* menurut Azwar (2019) merupakan variabel penelitian yang diukur dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai besarnya efek atau pengaruh dari variabel lain. Variabel bebas atau variabel *independen* menurut Azwar (2019) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Dalam penelitian kali ini, variabel tergantung adalah *psychological well-being* dan variabel bebas adalah *self-efficacy* dan *social support*.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Azwar (2019) merupakan definisi tentang variabel dan dirumuskan melalui ciri atau karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.

1. *Psychological Well-Being*

Psychological well-being yaitu suatu kondisi dimana individu mampu mengetahui kemampuan atau potensi yang ada dalam dirinya. Sikap inilah yang kemudian akan menggerakkan individu untuk mencapai kepuasan dalam hidupnya. Dimensi yang digunakan sebagai dasar alat ukur didasarkan pada teori Ryff (2014) yang terdiri dari enam dimensi sebagai indikator pencapaian kesejahteraan psikologis seseorang diantaranya: kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*enviromental mastery*), pengembangan diri (*personal growth*), relasi yang positif dengan orang lain (*positive relation with others*), tujuan hidup (*purpose in life*), dan penerimaan diri (*self-acceptance*)

2. *Self-Efficacy*

Self-efficacy yaitu suatu keyakinan individu mengenai kemampuan-kemampuan dalam mengatasi berbagai macam situasi yang muncul di lingkungan sekitarnya, dan penilaian seseorang terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi segala tugas-tugasnya. Dimensi yang digunakan sebagai dasar alat ukur didasarkan pada teori Bandura (dalam Feist, J., G, 2010) yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu: level (*level*), kekuatan (*strength*) dan generalisasi (*generality*)

3. *Social Support*

Social support yaitu bantuan yang diterima oleh individu dari orang lain sehingga si penerima merasa diperhatikan baik dalam bentuk materi maupun non materi. Komponen yang digunakan sebagai dasar alat ukur didasarkan pada teori Sarafino dan Smith (2011) meliputi empat hal yaitu: dukungan emosional (*emotional support*), dukungan langsung (*instrumental support*), dukungan informasi (*informational support*), dan dukungan persahabatan (*companionship support*).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Azwar (2018) populasi penelitian didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek tersebut harus memiliki beberapa ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah distributor *multi level marketing* Tiens Syariah di Kabupaten Karawang sejumlah 210 orang.

2. Sampel

Menurut Azwar (2018) sampel adalah sebagian dari subjek populasi, dengan kata lain sampel adalah bagian dari populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik kuota. Pada penelitian ini, karakteristik sampel yang digunakan adalah:

- a) Distributor *multi level marketing* Tiens Syariah
- b) Berjenis kelamin laki-laki atau perempuan

- c) *Selling* dan *recruiting* secara *online*
- d) Distributor yang sudah bergabung lebih dari 3 bulan
- e) Distributor dengan peringkat Bintang 4,5,6,7, dan 8
- f) Berdomisili di Kabupaten Karawang

Sampel dalam penelitian ini adalah distributor *multi level marketing* Tiens Syariah di Kabupaten Karawang sejumlah 131 orang yang diambil dari tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%.

E. Metode Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode kuesioner menggunakan *google form*. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner berisikan pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai dua variabel bebas yaitu *self-efficacy* dan *social support*.

Instrumen yang digunakan adalah angket tertutup yaitu angket yang dilengkapi dengan alternatif jawaban, sehingga responden hanya memilih jawaban yang dipilih. Skala pengukuran yang digunakan dalam instrumen ini adalah skala *likert*, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang atau fenomena sosial (Sugiyono 2010).

Pengisian angket ini dengan cara setiap responden harus memilih satu diantara lima alternatif jawaban yang ada dari masing-masing item, tidak ada jawaban benar atau salah. Tipe jawaban yang digunakan adalah berbentuk *checklist* ($\surd$). Di bawah ini adalah skor dari *skala likert* tersebut.

Tabel 1
Skor Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat Setuju (SS)	1	5
2	Setuju (S)	2	4
3	Cukup Setuju (CS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	4	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	1

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *psychological well-being*, *self-efficacy* dan *social support*. Sebelum penyusunan skala, peneliti terlebih dahulu membuat *blueprint* sebagai pedoman untuk mempermudah dalam penyusunan skala.

1. *Blueprint* Skala *Psychological Well-Being*

Psychological well-being dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *psychological well-being* berdasarkan dimensi-dimensi *psychological well-being* yang dikemukakan oleh Ryff (2014) diantaranya kemandirian (*autonomy*), penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), pengembangan diri (*personal growth*), relasi yang positif dengan orang lain (*positive relation with others*), tujuan hidup (*purpose in life*), dan penerimaan diri (*self acceptance*).

Berdasarkan dimensi dan indikator dari teori *psychological well-being*, maka di susunlah *blueprint* aitem skala *psychological well-being*. Berikut ini adalah *blueprint* dari *psychological well-being*:

Tabel 2

Blueprint Skala Psychological Well-Being

No	Aspek	Indikator	No Item		Total
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Otonomi (<i>Autonomy</i>)	Mampu menentukan sesuatu serta mengatur perilaku.	1,3	2,4	4
2.	Penguasaan Lingkungan (<i>Environmental Mastery</i>)	Mampu menguasai dan mengatur lingkungan.	5,7	6,8	4
3.	Pengembangan Diri (<i>Personal growth</i>)	Mengeksplorasi potensi yang dimilikinya.	9,11	10,12	4
4.	Relasi yang positif dengan orang lain (<i>Positive relation with others</i>)	Memiliki hubungan yang hangat, memuaskan, dan saling percaya satu sama lain.	13,15	14,16	4
		Memperhatikan kesejahteraan sekitarnya, mampu berempati, dan mengasihi	17,19	18,20	4
5.	Tujuan hidup (<i>Purpose in life</i>)	Memiliki tujuan dalam hidup dan perasaan terarah.	21,23	22,24	4
6.	Penerimaan diri (<i>Self-acceptance</i>)	Memiliki sikap positif terhadap diri sendiri.	25,27	26,28	4
Total Aitem			14	14	28

2. *Blueprint Skala Self-Efficacy*

Self-efficacy dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *self-efficacy* berdasarkan dimensi-dimensi *self-efficacy* yang dikemukakan Bandura (dalam Feist, J., G, 2010) yaitu tingkat (*level*) derajat kesulitan tugas, kekuatan (*strength*) atau kuatnya keyakinan seseorang mengenai kemampuan yang dimiliki dan generalisasi (*generality*). Berdasarkan dimensi dan indikator dari teori *self-efficacy*, maka di susunlah *blueprint* aitem skala *self-efficacy*.

Berikut ini adalah *blueprint* dari *self efficacy*:

Tabel 3

Blueprint Skala Self-Efficacy

No	Dimensi	Indikator	No Item		Total
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Tingkat (<i>Level</i>)	Persepsi tentang tingkat kesulitan suatu tugas.	1,3	2,4	4
		Sikap dalam menghadapi situasi sulit	5,7	6,8	4
2.	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Tingkat keyakinan terhadap kompetensi diri dalam menghadapi tugas.	9,11	10,12	4
		Kegigihan dalam menghadapi rintangan	13,15	14,16	4
		Usaha untuk mencapai tujuan yang diharapkan	17,19	18,20	4
3.	Generalisasi (<i>Generality</i>)	Taraf keyakinan dalam menghadapi suatu tugas	21,23	22,24	4
		Kemampuan menghadapi tugas yang bervariasi	25,27	26,28	4
Total Aitem			14	14	28

3. *Blueprint Skala Social Support*

Social support dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *social support* berdasarkan dimensi-dimensi *social support* yang dikemukakan oleh Sarafino dan Smith (2011) komponen *social support* meliputi empat hal : dukungan emosional (*emotional support*), dukungan langsung (*instrumental support*), dukungan informasi (*informational support*), dan dukungan persahabatan (*companionship support*). Berdasarkan dimensi dan indikator dari teori *social support*, maka disusunlah *blueprint* aitem skala *social support*. Berikut ini adalah *blueprint* dari *social support* :

Tabel 4
Blueprint Skala Social Support

No	Dimensi	Indikator	No Item		Total
			Favorable	Unfavorable	
1.	Dukungan emosional (<i>Emotional support</i>)	Mendapatkan perhatian dan afeksi dari orang lain.	1,3	2,4	4
		Memiliki kedekatan erat dengan orang lain.	5,7	6,8	4
2.	Dukungan langsung (<i>Instrumental support</i>)	Mendapatkan bantuan secara langsung dan nyata.	9,11	10,12	4
		Mendapatkan bantuan berupa uang atau barang	13,15	14,16	4
3.	Dukungan informasi (<i>Informational support</i>)	Mendapatkan Nasihat	17,19	18,20	4
		Mendapatkan Saran & Petunjuk	21,23	22,24	4

4.	Dukungan persahabatan (<i>Companionship support</i>)	Memiliki ketersediaan untuk menghabiskan waktunya dengan individu.	25,27	26,28	4
Total Aitem			14	14	28

F. Uji Validitas, Analisis Aitem Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas menurut Azwar (2019) yaitu suatu hal yang mengacu pada aspek ketepatan serta kecermatan hasil pengukuran, validitas akan semakin tinggi apabila skor- tampak mendekati skor-murni. Pengukuran validitas diperlukan untuk mengetahui apabila skala tersebut berguna atau tidak. Metode dalam pengujian validitas skala yang saya buat adalah dengan dengan metode validitas isi CVR (*Content Validity Ratio*) untuk menggambarkan tinggi validitas isi aitem dengan data empirik. Dalam pendekatannya terdapat sebuah panel SME (*Subject Matter Experts*) atau panel yang terdiri dari para ahli yang diminta untuk menyatakan apakah item tersebut bersifat esensial atau tidak. Adapun rumus dari CVR adalah :

$$CVR = (2ne / n) - 1$$

Keterangan :

ne = Banyaknya SME yang menilai suatu item 'esensial'

n = Banyaknya SME yang melakukan penilaian

Kemudian peneliti juga melakukan proses uji keterbacaan dengan anggota populasi disributor MLM Tiens Syariah yang berjumlah 20 orang.

2. Analisis Aitem

Menurut Azwar (2018) tahapan analisis aitem ini dapat menggunakan total dari korelasi item total, yang mana semakin tinggi skor aitem dengan skor tes maka semakin tinggi konsisten dan memiliki daya diskriminasi, sebaliknya semakin rendah skor aitem dengan skor tes maka rendah pula daya diskriminasinya. Dalam hal ini kriteria batasan koefisien validitas aitem $> 0,30$, ini dapat menjelaskan bahwa koefisien validitas minimal 0.30 untuk dapat memiliki daya beda aitem dan untuk mengetahui bahwa aitem tersebut dapat dianggap memuaskan.

3. Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Azwar (2010) reliabilitas adalah alat ukur yang mengacu pada sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang sama. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas, yang berada dalam rentang angka 0 – 1,00. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin konsisten hasil ukurnya. Pendekatan yang digunakan untuk mengestimasi reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini adalah teknik koefisien *alpha cronbach* yang dihitung menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0. Adapun rumus *alpha cronbach* yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas instrumen

n = banyaknya butir pertanyaan atau soal

V_i = jumlah varians butir

V_t = varians skor total

G. Metode Analisis Data

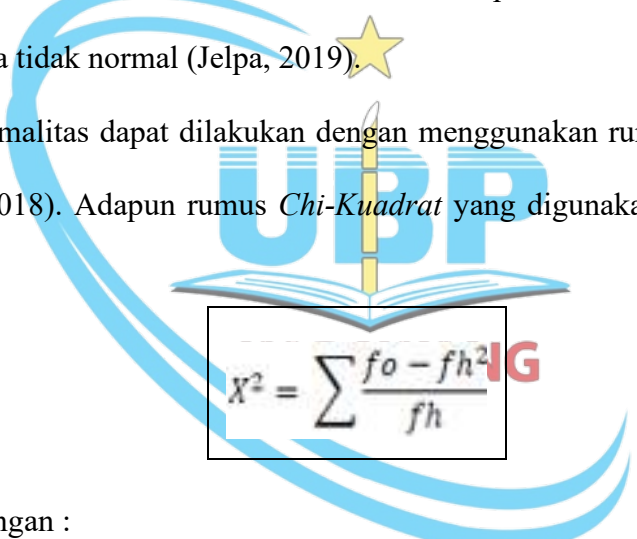
Setelah data-data yang penulis perlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif yaitu menggunakan statistik inferensial, (sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas) adalah teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Pada statistik inferensial terdapat statistik parametris dan non parametris. Pada penelitian ini peneliti menggunakan statistik parametris dengan alasan jenis data yang dianalisis dalam skala ordinal.

Statistik parametris memerlukan terpenuhinya banyak asumsi. Asumsi yang utama adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Sehingga data yang diperoleh dari hasil penelitian di uji normalitas dan linearitasnya terlebih dahulu sebelum digunakan untuk menguji hipotesis.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Jika data penelitian berdistribusi normal maka pengujian dapat menggunakan teknik analisis parametrik, namun jika data tidak normal maka menggunakan teknik statistik non parametrik. Pada penelitian ini untuk menguji normal atau tidaknya sampel dihitung dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 maka distribusi data normal, apabila kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal (Jelpa, 2019).

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Chi Kuadrat* (Sugiyono, 2018). Adapun rumus *Chi-Kuadrat* yang digunakan adalah sebagai berikut :


$$\chi^2 = \sum \frac{f_o - f_h^2}{f_h}$$

Keterangan :

χ^2 = Chi-Kuadrat

f_o = Frekuensi yang diobservasi

f_h = Frekuensi yang diharapkan

2. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear tidaknya suatu distribusi nilai data hasil yang diperoleh, melalui uji linearitas akan menentukan anareg yang digunakan. Apabila dari suatu hasil dikategorikan linear maka data penelitian diselesaikan dengan anareg linear. Sebaliknya apabila data tidak linear maka disesuaikan dengan anareg non linier (Jelpa, 2019). Untuk mendeteksi apakah model linear atau tidak dapat dilakukan dengan antara nilai F-Statistik dengan F-Tabel dengan taraf signifikan 5% yaitu:

- Jika nilai F-Statistik > F-Tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear adalah ditolak.
- Jika nilai F-Statistik < F-Tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear adalah diterima.

Adapun untuk rumus uji linearitas adalah :

$$F = \frac{s_{reg}^2}{s_{sis}^2}$$

Keterangan :

F = Nilai Chi-Kuadrat

s_{reg}^2 = Frekuensi yang diharapkan

s_{sis}^2 = frekuensi yang diamati

3. Uji Hipotesis

Dalam penelitian terdapat dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat (Y) sehingga penelitian kali ini menggunakan analisis regresi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

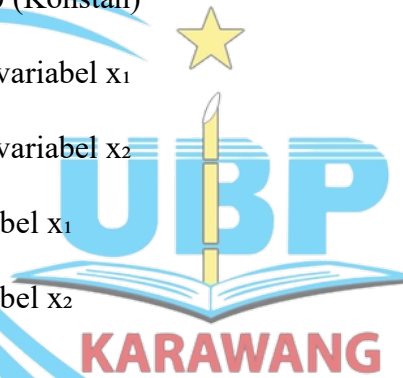
a = Harga Y bila $X = 0$ (Konstan)

b_1 = Koefisien regresi variabel x_1

b_2 = Koefisien regresi variabel x_2

X_1 = Subjek pada variabel x_1

X_2 = Subjek pada variabel x_2



Uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan nilai $p < 0,05$ atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila nilai signifikansi hitung lebih besar dari $0,05$ maka H_0 diterima, sebaliknya apabila nilai signifikansi hitung lebih kecil dari $0,05$ maka H_1 diterima.

Dalam penelitian ini juga dilakukan uji parsial dan uji simultan. Uji parsial adalah pengujian yang berfungsi untuk mengukur seberapa besar kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen secara mandiri (Ghozali, 2012). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_{a1} dan H_{a2} diterima dan H_{o1} dan H_{o2} ditolak. Kemudian uji simultan adalah pengujian yang digunakan untuk melihat kontribusi secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen

(Ghozali, 2012). Maka apabila nilai F hitung $< 0,05$ maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

4. Koefisien Determinasi

Nilai dari koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2017), rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

5. Uji Kategorisasi

Penelitian melakukan kategorisasi di dalam penelitian ini berdasarkan kategorisasi jenjang (ordinal) dan kategorisasi bukan jenjang (nominal). Uji kategorisasi ditujukan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok – kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2018). Kontinum terdiri dari tiga kategori, yaitu:

$X < (\mu - 1,0 \sigma)$	Rendah
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$(\mu + 1,0\sigma) \leq X$	Tinggi

Dengan rumus:

$$\mu + 1,0\sigma \geq X \geq \mu - 1,0\sigma$$