

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode dan Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Azwar (2017) metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Desain penelitian yang akan digunakan adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian asosiatif kasual merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, antara dua variabel atau lebih terkait salah satu variabel bebas (X) mempengaruhi variabel lain yang terikat (Y), Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *celebrity worship* terhadap perilaku pembelian kompulsif pada penggemar Kpop di Kabupaten Karawang.

#### B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang dirumuskan berdasarkan ciri atau karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2018). Definisi operasional

merupakan pengertian variabel yang dikonsepsikan secara operasional untuk menghindari adanya perbedaan persepsi. Maka dari itu definisi operasional variabel-variabel yang dimaksud adalah :

### 1. Perilaku Pembelian Kompulsif (Y)

Perilaku pembelian kompulsif merupakan salah satu aktifitas belanja yang negatif dari sebuah perilaku konsumsi, yang dilakukan secara berulang dan memiliki tujuan untuk memuaskan keinginannya dan mewujudkan identitas dirinya. Perilaku pembelian kompulsif ini akan diukur menggunakan *Compulsive Buying Behavior Scale* melalui lima dimensi menurut Edwards (dalam Retnowati, 2022) diantaranya yaitu *tendency to spend, compulsive drive to spend, feeling joy about shopping and spending, dysfunctional spending* dan *post purchased guilt*.

### 2. *Celebrty Worship* (X)

*Celebrity worship* adalah suatu aktifitas pemujaan, perasaan menyukai dan terobsesi pada sosok selebriti atau kelompok idola. *Celebrity worship* akan diukur melalui *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dengan 3 dimensi menurut Maltby dkk (dalam Fitriana, 2019) yaitu *entertainment-social, intense personal feeling*, dan *borderline pathological*.

## C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Azwar, (2020) menjelaskan populasi penelitian didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek harus memiliki beberapa ciri atau karakteristik bersama membedakannya dari kelompok subjek lainnya. Menurut Azwar, (2017) sebagai suatu populasi, subjek tersebut harus memiliki beberapa ciri atau karakteristik bersama yang membedakan dari kelompok subjek lainnya. Ciri-ciri yang dimaksud pada sebagian penelitian sosial, menentukan pada ciri demografis akan tetapi mencakup karakteristik-karakteristik individual.

Populasi dalam penelitian ini pria dan wanita yang merupakan penggemar Kpop yang tergabung dalam komunitas penggemar Kpop di Kabupaten Karawang dan berada dalam tahap transisi dewasa awal usia 18-25 tahun sesuai dengan periode transisi masa remaja (*adolescence*) ke masa dewasa awal (*young adulthood*) dengan rentang usia antara 18-25 tahun (Santrock, 2011). Alasan penulis memilih pada tahapan tersebut yang dijadikan sampel penelitian ini merujuk dari pendapat Boon dan Lomore (dalam Dewi & Indrawati, 2019) yang menyatakan bahwa 75% individu pada usia dewasa awal memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebriti dalam kehidupan individu tersebut, dengan sebagian besar ketertarikan terhadap idola pop, bintang film, dan figur lainnya.

## 2. Teknik Pengambilan Sample

Menurut Azwar, (2018) sampel adalah bagian dari populasi, apakah sampel merupakan yang baik bagi populasinya sangat bergantung pada sejauh mana ciri-ciri dan karakteristik populasi. Selanjutnya Azwar, (2018) menambahkan bahwa sampel adalah bagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Sugiyono, (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti 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.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dengan menggunakan teknik *quota sampling*, yaitu dengan mengambil sampel sebanyak jumlah tertentu yang dianggap dapat merefleksikan ciri populasi. Jenis pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *quota sampling*.

Menurut Azwar, (2018) mengungkapkan jika digunakannya teknik *quota sampling* ini tidak akan ada jaminan bahwa ciri-ciri populasi akan terwakili dalam sampel yang terpilih dan eror yang terpilih dan eror yang terjadi tidak dapat diestimasi. Sehingga hasil penelitian terhadap sampel ini tidak dapat digeneralisasikan secara valid pada populasinya.

Pada penelitian ini jumlah populasi sebanyak 253 orang, angka tersebut didapatkan dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti dan bersumber dari wawancara ketua kelompok penggemar Kpop di Kabupaten Karawang. Dalam

menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan tabel penentuan sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael (dalam Sugiyono,2018) dengan taraf kesalahan 5% yaitu berjumlah 146 responden.

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

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah menggunakan kuisioner, kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden baik secara *online* melalui google formulir maupun penyebaran secara langsung pada komunitas penggemar Kpop yang kemudian dijawab.

Skala pada penelitian ini menggunakan skala Likert (*Likert Scale*). Menurut Sugiyono (2018) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Azwar (2018) mendefinisikan skala Likert merupakan skala yang disusun untuk mengungkapkan pro dan kontra, positif dan negatif, setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial. Skala Likert disusun sebagai penilaian tingkah laku yang muncul pernyataan yang sudah dibuat sebelumnya akan diajukan kepada responden lalu responden akan meresponnya dengan memberi *checklist* pada respon yang disediakan dimana dalam masing-masing respon dibuat dengan memberikan skala 1 sampai 5.

## 1. Skala Perilaku Pembelian Kompulsif

Skala yang digunakan untuk mengukur pembelian kompulsif pada penelitian ini menggunakan alat ukur yang diadaptasi dari skala *compulsive buying behavior scale* melalui lima dimensi menurut Edwards (dalam Retnowati, 2022) diantaranya yaitu *tendency to spend*, *compulsive drive to spend*, *feeling joy about shopping and spending*, *dysfunctional spending* dan *post purchased guilt*.

**Tabel 1**  
**Blueprint skala Perilaku Pembelian Kompulsif TryOut**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Aitem favorable</b>	<b>Jumlah</b>
<b><i>Tendency to Spend</i></b>	Kecenderungan untuk berbelanja dan menghabiskan waktu dalam pesta pembelian	4, 5, 6, 7, 12	5
<b><i>Compulsion/drive to spend</i></b>	Motivasi dan dorongan yang tidak terkontrol	1, 13	2
<b><i>Feeling about shopping and spending</i></b>	Merasa senang dan menikmati aktifitas belanja yang dilakukan	2, 3	2
<b><i>Dysfunctional spending</i></b>	Menggambarkan tingkat disfungsi umum dari perilaku belanja	8, 10	2
<b><i>Post purchase guilt</i></b>	Perasaan bersalah pasca melakukan pembelian	9, 11	2

Respon yang dibuat dalam skala perilaku pembelian kompulsif ini dengan memberikan skala 1 sampai 5, yakni Sangat Tidak Sering (STS), Tidak Sering (TS), Cukup Sering (CS), Sering (S), Sangat Sering (SS).

**Tabel 2**  
**Distribusi Skor Aitem Skala Perilaku Pembelian Kompulsif**

Alternatif Jawaban	Nilai Skor
	<i>Favorable</i>
Sangat Sering (SS)	5
Sering (S)	4
Cukup Sering (CS)	3
Tidak Sering (TS)	2
Sangat Tidak Sering (STS)	1

## 2. Skala *Celebrity Worship*

Skala yang digunakan untuk mengukur *celebrity worship* menggunakan alat ukur yang diadaptasi dari *Celebrity Attitude Scale (CAS)* melalui pengukuran dimensi menurut Matbly (dalam Anastasia, 2017) yaitu *entertainment-social, intense personal feeling, borderline pathological* dengan gambaran sakala sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Blueprint skala *Celebrity Worship (Celebrity Attitude Scale) TryOut***

Dimensi	Indikator	Aitem	Jumlah
		<i>Favo</i>	

<b>Entertain- ment- social</b>	Ketertarikan individu pada selebriti idola. Mencari informasi tentang idola. Membicarakan selebriti idola. Merasa selebriti idola adalah bagian dari dirinya.	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11,13, 19	10
<b>Intense- personal- feeling</b>	Mengetahui kehidupan pribadi selebriti idola. Kompulsif mengenai selebriti idola. Berfantasi yang tidak terkontrol tentang idola.	6, 8, 10, 14, 16, 17, 18, 20, 21	9
<b>Borderline - pathologic al</b>	Bersedia melakukan apapun untuk idolanya.	12, 15, 22	3
Total aitem			22

Respon yang dibuat dalam skala *celebrity worship* ini dengan memberikan skala 1 sampai 5, yakni Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Cukup Sesuai (CS), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS).

**Tabel 4**  
**Distribusi Skor Aitem Skala Celebrity Worship**

Alternatif Jawaban	Nilai Skor <i>Favorable</i>
Sangat Sesuai (SS)	5
Sesuai (S)	4
Cukup Sesuai (CS)	3

Tidak Sesuai (TS)	2
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1

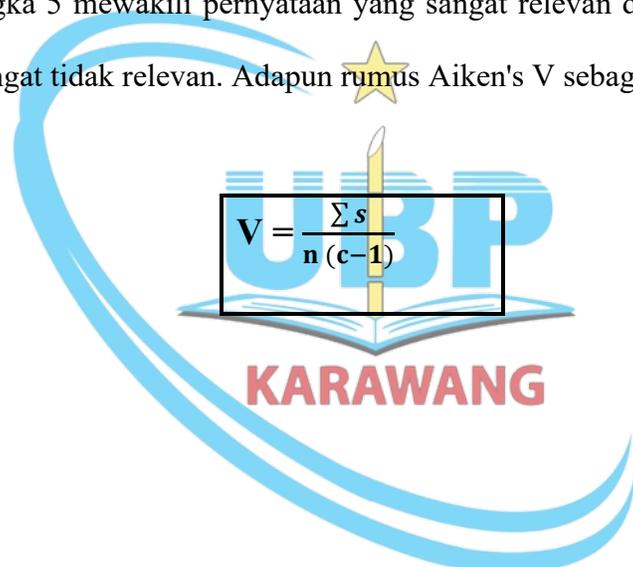
## E. Metode Analisis Instrumen

### 1. Uji 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 uji validitas isi.

Menurut Haynes, Richard, & Kubany (dalam Azwar, 2017) dijelaskan pengertian terkait pentingnya validitas isi dalam pengembangan skala non kognitif dan tes kognitif yang mengukur atribut psikologis yang bersifat latin, bahwa makna validitas isi adalah sejauh mana elemen-elemen dalam suatu instrumen ukur benar-benar relevan dan merupakan representasi dari isi yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Prosedur pengujian validitas isi diawali dengan penilaian kelayakan isi item sebagai jbaran dan indikator berperilaku atribut yang diukur. Penilaian ini dilaksanakan oleh suatu panel *expert* bukan oleh penulis item atau perancang tes itu sendiri, tahapan ini disebut juga pengujian *expert judgement* yaitu penilaian dari ahli untuk mengukur validitas alat ukur yang dibuat.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas Aiken's V yang dapat digunakan untuk menghitung menggunakan *content-validity coefficient* dalam buku Azwar, (2019) dilakukan dengan cara menilai apakah suatu item tersebut berguna atau tidak, suatu item dinilai berguna bilamana item tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran. Skor penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angka untuk mengkategorisasikan. Angka yang diberikan adalah angka 5 sampai dengan 1. Angka 5 mewakili pernyataan yang sangat relevan dan angka 1 mewakili pernyataan sangat tidak relevan. Adapun rumus Aiken's V sebagai berikut:


$$V = \frac{\sum s}{n(c-1)}$$

Keterangan:

$$s = r - l_0$$

r = angka yang diberikan oleh seorang penilai

$l_0$  = angka penilaian validitas terendah (yaitu 1)

c = angka penilaian validitas tertinggi (yaitu 5)

n = banyaknya SME/ penilai

## 2. Uji Analisis Aitem

Analisis item digunakan untuk melihat apakah instrumen memiliki fungsinya sesuai dengan fungsi tes, yaitu mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Menurut Azwar (2020) deskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan daya yang tidak memiliki atribusi yang di ukur. Jika item dikatakan memiliki daya beda yang baik jika lebih dari 0,3 ( $p > 0,3$ ). Jadi apabila korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan memiliki daya beda yang rendah. Selanjutnya menurut Masrun (dalam Sugiyono, 2018) bahwa “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai daya beda item yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r = 0,3$ ”.

Uji validitas untuk analisis item penelitian ini dilakukan dengan menggunakan formula koefisien korelasi linear *corrected item-total*. Adapun rumus untuk penghitungan manual formula *corrected item-total* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$i$  = Skor item

$X$  = Skor tes

n = Banyaknya subjek

Penghitungan ini dilakukan menggunakan SPSS versi 25.00 untuk analisis item dan melihat daya diskriminasi dari item alat ukur yang telah dibuat dengan kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu hasil analisis item dinyatakan memiliki daya beda item yang baik jika lebih dari 0,3 (  $p > 0,3$  ) (Azwar, 2017).

### 3. Uji 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 penguasaan satu tes kepada sekelompok individu sebagai subjek (*single-trial administration*), kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan formula alpha cronbach ( $\alpha$ ). Konsep reliabilitas ( $r_{xx'}$ ) berada dalam rentang 38 angka dari 0 sampai 1,00. Apabila koefisien reliabilitas makin tinggi mendekati angka 1,00 berarti pengukuran makin reliabel. Reliabilitas sebuah alat ukur dianggap memuaskan apabila koefisiennya mencapai minimal ( $r_{11}$ ) = 0,9 Dalam menentukan reliabilitas instrumen di dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS versi 25. Sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menentukan reliabilitas skala dalam penelitian ini menggunakan acuan tabel Guilford sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Kategori Koefisien Reliabilitas**

<b>Klasifikasi</b>	<b>Koefisien Reliabilitas</b>
Reliabilitas sangat tinggi	0,90 – 1
Reliabilitas tinggi	0,60 – 0,80
Reliabilitas sedang	0,40 – 0,60
Reliabilitas rendah	0,20 – 0,40
Reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel)	< 0,20

## **B. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Normalitas**

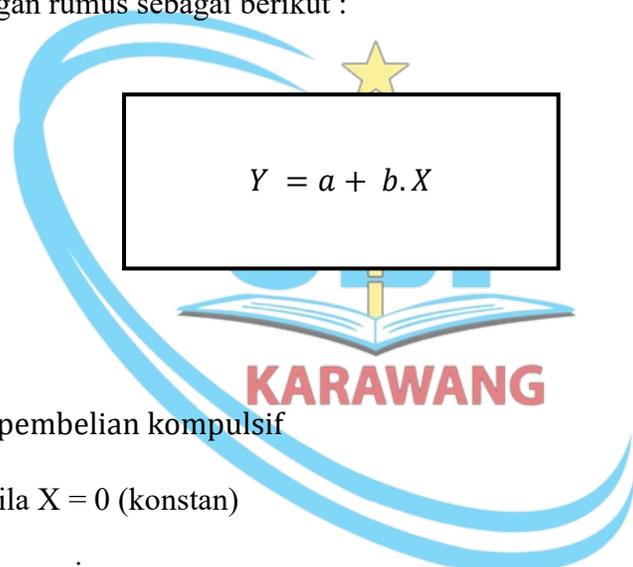
Sugiyono (2018) mengungkapkan bahwa uji normalitas adalah suatu bentuk penggunaan statistik pada penelitian yang berfungsi untuk menganalisa suatu data dengan asumsi setiap variabel berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila data yang didapatkan rata-rata jumlahnya sama, pengujian normalitas ini akan menggunakan rumus Kolmogorov smirnov dengan bantuan SPSS versi 25,0. Jika nilai  $p > 0,05$  berarti data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai  $p < 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal (Widhiarso, 2010).

### **2. Uji Linieritas**

Linieritas Uji linearitas bertujuan untuk menguji apakah keterkaitan variabel secara linear atau tidak (Sugiyono, 2018). Jika nilai linearity Sig.  $< 0,05$  maka dapat dikatakan linier, sedangkan jika nilai linearity Sig  $> 0,05$  maka tidak linier (Widhiarso, 2010). Penghitungan linearitas ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.00.

### 3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana. Menurut Sugiyono (2018) uji regresi sederhana digunakan untuk memprediksi kriteria nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu *celebrity worship* (X) kemudian satu variabel terikat yaitu perilaku pembelian kompulsif (Y), sehingga peneliti menggunakan regresi sederhana dengan rumus sebagai berikut :


$$Y = a + b.X$$

Keterangan :

Y = Perilaku pembelian kompulsif

a = Harga Y bila X = 0 (konstan)

b = Koefisien regresi

X = *Celebrity Worship*

### 4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini adalah untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen (Siregar, 2013). Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Hal ini berarti bila  $R^2 = 0$  menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel

independen terhadap variabel dependen, bila adjusted R2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila adjusted R2 semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Kd$  = Besar atau jumlah koefisien determinasi

$R^2$  = Nilai koefisien korelasi

## 5. Uji kategorisasi

Menurut Azwar (2017) uji kategorisasi menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Kategorisasi dalam penelitian ini mengacu pada kategorisasi jenjang yang dibagi menjadi tiga yaitu tinggi, sedang, rendah, sehingga mengelompokkan responden penelitian ini menjadi responden dengan *celebrity worship* tinggi, responden dengan *celebrity worship* sedang, dan responden dengan *celebrity worship* rendah, kemudian Untuk skala perilaku pembelian kompulsif

menjadi pengelompokkan responden dengan perilaku pembelian kompulsif tinggi, responden dengan perilaku pembelian kompulsif sedang, dan responden dengan perilaku pembelian kompulsif rendah.

Perhitungan uji kategorisasi berdasarkan satuan mean ( $\mu$ ) dan nilai responden ( $X$ ) dengan rumus seperti yang terdapat pada tabel :

**Tabel 6**  
**Tabel Kategorisasi**

Kategori		Rumus
Tinggi	★	$X > \mu$
Rendah		$X < \mu$

