

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Azwar (2017) menjelaskan bahwa penelitian yang menggunakan metode kuantitatif menekankan pada analisis data kuantitatif (dalam bentuk angka) yang diperoleh melalui prosedur pengukuran dan dianalisis menggunakan metode statistika. Semua variabel yang terlibat dalam penelitian harus jelas dan dapat diukur, hubungan antar variabel diidentifikasi melalui korelasi atau analisis struktural yang diuji melalui pendekatan empiris, dan menguji hipotesis yang diajukan. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada penggemar *boygroup* NCT di Karawang dengan demikian desain penelitian menggunakan desain asosiatif dalam bentuk kausal. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa penelitian asosiatif kausal melibatkan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

Pada dasarnya variabel penelitian ialah sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan peneliti guna dikaji hingga ditemukan data lalu dibuat kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Variabel dependen (X) : Fanatisme
- b. Variabel Independen (Y) : Perilaku Konsumtif

B. Definisi Operasional Variabel

Menurut Azwar (2017) definisi perasional variabel dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Maka dari itu definisi operasional variabel-variabel yang dimaksud adalah:

1. Variabel Fanatisme

Fanatisme merupakan suatu pandangan atau keyakinan mengenai suatu hal yang positif maupun negatif, dan keyakinan tersebut tidak memiliki dasar teori namun dianut secara mendalam oleh individu. Fanatisme dalam penelitian ini diukur berdasarkan aspek-aspek fanatisme menurut Goddard (2001) diantaranya yaitu, besarnya suatu minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan, sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut, lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu, motivasi.

2. Variabel Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah taraf keinginan yang berlebihan. Perilaku konsumtif dalam penelitian ini diukur berdasarkan aspek-aspek Lina dan Rosyid (1997) diantaranya yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), mencari kesenangan (*non rational buying*).

C. Populasi dan Teknik Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan objek studi dan dari situlah kesimpulan dapat diambil. Azwar (2017) mengemukakan bahwa suatu kelompok responden harus memiliki ciri yang membedakannya dengan kelompok lainnya. Ciri yang dimaksud tidak dibatasi dari ciri lokasi, namun bisa berupa beberapa ciri pada subjek. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah penggemar *boygroup* NCT di Karawang. Berdasarkan data yang diperoleh sebanyak 250 yang bergabung dalam grup *chat fandom* Sijeuni Karawang.

2. Sampel Penelitian

Menurut Azwar (2017) sampel yaitu beberapa responden dari suatu populasi. Sugiyono (2019) berpendapat bahwa sampel merupakan sebagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Oleh karena itu, dalam pengambilan sampel dari populasi, penting untuk memastikan bahwa sampel tersebut benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan. Dengan demikian analisis penelitian ini didasarkan pada data sampel dan kesimpulannya kemudian akan diterapkan pada populasi. Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel menggunakan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan yang dijadikan acuan sebesar 5%, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 146 orang penggemar *boygroup* NCT di Karawang.

Adapun karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggemar *boygroup* NCT
2. Usia dewasa awal (18 –25 Tahun)
3. Bertempat tinggal di Karawang.
4. Pernah melakukan pembelian *merchandise* minimal sebanyak 1 kali.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dalam bentuk *quota sampling*. Teknik *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. *Quota sampling* adalah teknik yang digunakan untuk mengambil sampel suatu populasi dengan karakteristik tertentu hingga sejumlah yang diinginkan (Sugiyono, 2019).

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019) dalam penelitian kuantitatif peneliti akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data, instrumen penelitian yang digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus memiliki skala. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi. Menurut Azwar (2017) instrumen pengukuran skala psikologi merupakan daftar pernyataan yang mendeskripsikan mengenai aspek kepribadian individu dari indikator perilaku guna memperoleh jawaban yang tidak secara langsung menggambarkan kondisi diri responden yang tidak disadari.

Penulis mengaplikasikan pernyataan tertutup yaitu skala yang telah disediakan jawabannya, pernyataan tertutup membantu responden untuk menjawab setiap pernyataan dengan waktu yang singkat karena setiap pernyataan sudah memiliki jawabannya masing-masing, sehingga ini memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan penyebaran skala psikologi melalui *Google Form*. Dalam skala psikologi ini terdapat aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem yang mendukung teori dari atribut yang diukur dalam skala, sedangkan aitem *unfavorable* adalah aitem yang bertentangan atau bertolak belakang dengan teori dari atribut yang diukur.

Skala psikologi ini mengacu pada skala *likert* (*likert scale*), skala *likert* berguna untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Kemudian dalam penelitian ini menggunakan istilah “sesuai” sebagai pilihan jawaban dalam skala yang mengukur kondisi diri subjek sendiri, sehingga ketika menjawab aitem subjek terlebih dahulu mempertimbangkan sejauh mana isi pernyataan menggambarkan kondisi atau perilaku dirinya sendiri (Azwar, 2017).

Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini dengan nilai 1-5, yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam penelitian ini digunakan jenis instrumen skala psikologis dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 1. Norma Skoring Skala Likert

Jawaban	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Sesuai (SS)	5	1
Sesuai (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

Penyusunan skala dilakukan setelah adanya *blueprint*, gunanya adalah sebagai pedoman untuk mempermudah dalam penyusunan skala. Berikut *blueprint* untuk skala perilaku konsumtif dan fanatisme.

a) Skala Fanatisme

Skala ini mengungkap fanatisme pada penggemar *boygroup* NCT di Karawang. Aspek yang digunakan dalam penelitian ini dari Goddard (2001) yaitu besarnya suatu minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan, sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut, lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu, motivasi. Alat ukur yang digunakan adalah skala fanatisme dari Damasta dan Dewi (2020) yang dimodifikasi dan disusun dalam 4 (empat) aspek menurut Goddard yang terdiri dari 14 aitem yang tersebar. Berdasarkan aspek dan indikator dari teori fanatisme, maka disusunlah *blueprint* beserta sebaran aitem skala fanatisme. Berikut adalah *blueprint* dari fanatisme:

Tabel 2. *Blueprint* Skala Fanatisme

Aspek	Indikator	No Aitem		Σ
		F	UF	
Besarnya minat dan Kecintaan	Keterikatan emosi, dan rasa cinta	1, 11, 18	6	4
Sikap pribadi maupun Kelompok	Menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar	2, 12, 19	7, 16	5
	Membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini	3, 13	8	3
Lamanya individu menekuni suatu kegiatan	Berlangsung dalam waktu yang lama	4, 14	9	3
Motivasi	Rasa antusias yang esktrim	5, 15	10, 17, 20	5
Total		12	8	20

b) Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini mengungkap perilaku konsumtif pada penggemar *boygroup* NCT di Karawang. Aspek dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif dari Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), mencari kesenangan (*non rational buying*). Alat ukur yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif yang dimodifikasi dan disusun dari Damasta dan Dewi (2020) yang terdiri dari 43 aitem yang tersebar dalam 3 (tiga) aspek menurut Lina dan Rosyid. Berdasarkan aspek dan indikator dari teori perilaku konsumtif, maka disusunlah *blueprint* beserta sebaran aitem skala perilaku konsumtif. Berikut adalah *blueprint* dari perilaku konsumtif:

Tabel 3. *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	No Aitem		Σ
		F	UF	
Pembelian Impulsif	Membeli barang karena keinginan sesaat	1, 13, 25, 35, 43	7, 19	7
	Membeli barang tanpa pertimbangan terlebih	2, 14, 26, 36	8, 20, 31, 41, 47	9
Pemborosan	Membeli barang secara berlebihan	3, 15, 27, 37, 44	9, 21	7
	Membeli barang melebihi batas dana yang telah disiapkan	4, 16, 28, 38, 45	10, 22, 32	8
Mencari Kesenangan	Membeli barang untuk kepuasan	5, 17, 29, 39, 46	11, 23, 33, 42	9
	Membeli barang mengikuti <i>trend mode</i>	6, 18, 30, 40	12, 24, 34	7
Total		28	19	47

D. Metode Analisis Intrumen

1. Validitas

Menurut Azwar (2017) validitas suatu alat ukur ditentukan dari seberapa jauh tingkat relevansi antara alat ukur yang disiapkan dengan target pengukuran yang sebenarnya. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila tes tersebut memenuhi tugas pengukurannya atau memberikan hasil pengukuran yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan tes tersebut (Sanaky dkk., 2021). Sugiyono (2019) mengatakan bahwa uji validitas mengacu pada sejauh mana keakuratan data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam menilai validitas suatu item dengan membandingkannya dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas penelitian ini menggunakan jenis uji validitas isi, menurut Azwar (2012) validitas isi yakni mengukur sejauhmana aitem dalam suatu instrumen penelitian benar-benar sesuai dengan target pengukuran. Uji validitas ini harus diuji oleh *Expert Judgment*. Pendapat ahli (*Expert Judgment*) yaitu sekelompok ahli di bidang yang relevan untuk mengevaluasi atau memberikan pandangan terhadap berbagai aspek penelitian. Aitem dinyatakan valid berdasarkan penilaian suatu panel *expert* yang bersifat kualitatif dan judgmental (Azwar, 2012).

Untuk membuktikan validitasi isi, peneliti menggunakan tiga rater atau *expert judgment* dengan standar nilai Aiken's V 0,50. Dengan demikian aitem dapat dinyatakan valid apabila mendapatkan nilai Aiken's $V > 0,50$ (Azwar, 2017). Lalu Azwar (2017) juga menjelaskan dalam penilaian skala diberikan antara 1 yang menunjukkan ketidakwakilan atau ketidakrelevan yang sangat tinggi, hingga 5 yang menunjukkan kewakilan atau relevansi yang sangat tinggi, dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

s = r – lo

lo = angka penilaian validitas yang terendah (misalnya 1)

c = angka penilaian validitas tertinggi (misalnya 5)

r = angka yang diberikan oleh penilai

n = banyaknya penilai

2. Uji Analisis Aitem

Uji Analisis Aitem ini menggunakan daya diskriminasi aitem. Daya diskriminasi aitem adalah mengukur sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu dan kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Dengan demikian aitem instrumen penelitian perlu dianalisis terlebih

dahulu, agar memiliki kualitas skala psikologi yang baik. Pengujian daya diskriminasi item dilakukan dengan memperhitungkan koefisien korelasi antara distribusi skor dari item tertentu dengan distribusi skor keseluruhan skala itu sendiri.

Azwar (2017) menjelaskan bahwa dalam memilih item berdasarkan korelasi item-total, biasanya digunakan batasan $r \geq 0,30$, yang berarti semua item yang memiliki koefisien korelasi setidaknya 0,30 dianggap memiliki daya beda yang memuaskan. Di sisi lain, item dengan nilai r_{it} atau $r_{i(x-i)}$ kurang dari 0,30 dianggap memiliki daya beda yang rendah. Azwar juga mengemukakan bahwa jika jumlah item yang diperlukan belum terpenuhi, maka batas kriteria dapat sedikit diturunkan menjadi 0,25 untuk memastikan jumlah item yang dibutuhkan dapat terpenuhi. Uji validitas untuk analisis aitem ini menggunakan *item rest correlation* dengan menggunakan bantuan JASP *version* 0.16.0.

3. Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas aitem dalam suatu alat ukur (instrumen) penelitian, selanjutnya aitem yang dinyatakan valid, maka diuji reliabilitasnya. Azwar (2017) menyatakan bahwa salah satu karakteristik penting dari instrumen pengukuran yang berkualitas adalah keandalan (reliabilitas). Reliabilitas mengacu pada tingkat kepercayaan dan konsistensi hasil pengukuran, mencerminkan seberapa akurat suatu pengukuran tersebut. Tujuan utama uji reliabilitas instrumen penelitian ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif, untuk mengetahui apakah terdapat ketepatan hasil pengukuran pada sampel yang sama dalam waktu yang berbeda (Budiastuti dan Bandur, 2018)

Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan dalam menginterpretasikan hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* melalui bantuan JASP *version* 0.16.0 dengan rumus *Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(\frac{\sum \alpha b^2}{\sum^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya aitem
 σb^2 : Jumlah varians butir
 $\sum^2 t$: Varians total

Dasar untuk menentukan tingkat reliabilitas skala penelitian ini menggunakan kriteria menurut tabel Guilford (Sumardi, 2020).

Tabel 4. Klasifikasi Koefisien Reliabilitas Guilford

Koefisien Reliabilitas (r)	Kriteria
0,80 – 1,00	Reliabilitas Sangat Tinggi
0,60 – 0,79	Reliabilitas Tinggi
0,40 – 0,59	Reliabilitas Sedang
0,20 – 0,39	Reliabilitas Rendah
0,00 – 0,19	Tidak Reliabel

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang dilakukan guna menguji apakah pendistribusian data terjadi secara normal atau tidak (Jelpe, 2019). Menurut Sugiyono (2019) syarat untuk menggunakan statistik parametrik adalah data yang dibutuhkan berdistribusi normal. Oleh karena itu, sebelum melakukan pengujian hipotesis, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menguji normalitas data.

Terdapat 2 jenis uji normalitas yaitu *Kolmogorov–Smirnov* yang digunakan apabila jumlah sampel >50 dan *Shapiro-Wilk* digunakan apabila jumlah sampel <50 . Dengan demikian penelitian ini menggunakan *Kolmogorov–Smirnov*, perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS *statistic version 26* dengan ketentuan apabila nilai sig. dari *Kolmogorov–Smirnov* $> 0,050$ berarti distribusi data tersebut normal, maka sebaliknya jika nilai sig. $< 0,050$ berarti data tersebut tidak berdistribusi normal (Sintia, dkk., 2022).

2. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2019) uji linearitas dilakukan untuk melihat linearitas pengaruh antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X). Perhitungan uji linearitas penelitian ini dengan bantuan SPSS *statistic version 26* dengan ketentuan jika hasil sig. $< 0,05$ berarti data tersebut linear. Namun, jika hasil sig. $> 0,05$ maka data tersebut tidak linear (Sugiyono dan Susanto, 2017).

3. Uji Hipotesis (Regresi Sederhana)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Sugiyono (2019) mengungkapkan bahwa uji regresi linear sederhana merupakan analisis yang berlandaskan pada hubungan sebab–akibat antara satu variabel X (bebas) dengan variabel Y (terikat). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah fanatisme (X) dengan perilaku konsumtif (Y). Perhitungannya dibantu dengan program SPSS *statistic version 26* dengan ketentuan hasil jika taraf signifikansi $< 0,05$ diartikan adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya apabila taraf signifikansi $> 0,05$ artinya tidak ada pengaruh antara

variabel X dan Y. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = \alpha + b.X$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

X : Variabel bebas

α : Konstanta (nilai dari Y apabila $X = 0$)

b : Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini dilakukan guna memperoleh seberapa besar pengaruh dari variabel independen (fanatisme) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif), besarnya persentase yang ditentukan dengan menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2019). Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan program SPSS *statistic version 26*. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi menurut Sugiyono (2016) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi

Kriteria yang digunakan untuk melakukan analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

5. Uji Kategorisasi

Kategorisasi dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kategorisasi jenjang (ordinal). Azwar (2021) menjelaskan bahwa tujuan dari kategorisasi data dengan skala jenjang (ordinal) adalah untuk mengelompokkan individu ke dalam kategori-kategori yang posisinya berjenjang berdasarkan suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Perhitungan uji kategorisasi dilakukan dengan bantuan program SPSS *statistic version 26*. Kategorisasi jenjang digunakan untuk skala perilaku konsumtif dan fanatisme dimana penggolongan subjek dibagi ke dalam tiga kategori yaitu:

Tabel 5. Rumus Kategorisasi 3 Kriteria

Kriteria	Kategorisasi
$X < M - 1SD$	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	Sedang
$M + 1SD < X$	Tinggi

Keterangan. X = nilai responden, SD = standar deviasi, M = mean teoritik

KARAWANG

