

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Dan Desain Penelitian

Penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif menganut kaidah-kaidah ilmiah seperti empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa metode kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel-variabel dependen dan independen dengan data-data numerikal yang dianalisis secara statistik. Metode ini juga digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan variabel konformitas dan perilaku konsumtif untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian *merchandise* pada penggemar K-Pop di Karawang. Variabel konformitas (X) dan variabel perilaku konsumen (Y) merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

B. Definisi Operasional Penelitian

Menurut Azwar (2018) definisi operasional merupakan suatu konsep yang harus diukur atau dioperasionalkan dalam suatu penelitian, untuk mendapatkan

data yang valid dan reliabel. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Definisi Operasional Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli terlalu banyak barang suntuk mencapai kepuasan dan kebahagiaan sementara yang pada dasarnya tidak berkelanjutan., yang diukur melalui aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (dalam Arum & Khoirunnisa, 2021) yaitu pemenuhan keinginan, barang di luar jangkauan, barang tidak produktif, dan status..

2. Definisi Operasional Konformitas

Konformitas merupakan sebagai kemampuan untuk membedakan dan meniru sifat orang lain, bergabung dengan kelompok untuk menghindari konflik, dan memilih untuk mematuhi nilai-nilai, gagasan, dan menjadi pengikut kelompok, yang diukur melalui aspek-aspek konformitas menurut Mehrabian dan Stefl (dalam Putra & Wibowo, 2023 yaitu keinginan meniru kelompok, bergabung untuk menghindari kelompok, dan menjadi pengikut kelompok.

C. Populasi Dan Teknik Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sebagai kelompok subjek, masing-masing memiliki ciri-ciri yang membedakan

dengan kelompok lainnya. Ciri-ciri yang dimaksud yaitu demografis seperti batas-batas geografis di mana subjek tinggal (Azwar, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop di Karawang dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel yang diambil dari suatu populasi baru benar-benar mencerminkan atau mewakili populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* (Sugiyono, 2018). Metode ini menggunakan *snowball sampling* untuk memberikan peluang yang berbeda bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Snowball sampling merupakan metode pengambilan sampel yang dimulai dengan jumlah yang relatif kecil dan kemudian secara bertahap berkembang seperti bola salju yang menggelinding menjadi ukuran yang lebih besar (Sugiyono, 2018). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Jacob Cohen, untuk menghitung jumlah sampel pada populasi tidak diketahui diperoleh jumlah sampel sebanyak 204 (Tersiana, 2018). Adapun rumus dalam perhitungan Jacob Cohen adalah sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Rumus Jacob Cohen

$$N = L/F^2 + u + 1$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

F² = *Effect size* (didapatkan dari indeks *effect size*)

u = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power dari u, diperoleh dari tabel power

Karakteristik pada penelitian ini yaitu sebagai penggemar K-Pop, pernah membeli *merchandise* K-Pop, menjadi pengoleksi *merchandise* K-Pop, dan berdomisili Karawang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam proses penelitian (Azwar, 2018). Tujuan dari teknik pengumpulan data yaitu untuk memperoleh bahan, keterangan, fakta dan informasi yang dapat dipercaya. Skala psikologi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Azwar (2018) menyatakan bahwa skala psikologis merupakan daftar pertanyaan yang berfokus pada elemen atau aspek kepribadian individu melalui indikator perilaku untuk mendapatkan jawaban yang tidak secara langsung menggambarkan keadaan bawah sadar responden.

Skala psikologis bertujuan untuk mengekspresikan tujuan pengukuran dengan melakukan analisis statistika. Skala konformitas dan skala perilaku konsumtif adalah dua skala psikologis yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Skala ini terdiri dari beberapa aitem *favorable* dan *unfavorable*, aitem *favorable* menggambarkan perilaku yang mendukung atau selaras dengan karakteristik yang sedang diukur, sedangkan aitem *unfavorable* menggambarkan perilaku yang bertentangan atau tidak mendukung karakteristik yang sedang diukur. (Azwar, 2021).

Jenis pengukuran skala *likert* digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai suatu peristiwa tertentu. Hal ini digunakan untuk skala konformitas dan perilaku konsumtif (Sugiyono, 2018). Azwar (2019) menjelaskan bahwa skala ini dimaksudkan untuk menunjukkan sikap pro dan kontra, perasaan positif dan negatif, serta kesetujuan dan ketidaksetujuan terhadap suatu objek sosial.

Alternatif jawaban untuk skala perilaku konsumtif adalah Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Cukup Sesuai (CS), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala *likert* untuk variabel perilaku konsumen disusun dalam bentuk checklist. Setiap pernyataan memiliki lima pilihan sikap, sehingga pernyataan ini mencerminkan tingkat sikap yang dipilih atau dipertimbangkan oleh responden. Dalam penelitian ini, menggunakan jenis instrument skala psikologi dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skor Aitem Perilaku Konsumtif

Respon	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
SS (Sangat Sesuai)	5	1
S (Sesuai)	4	2
CS (Cukup Sesuai)	3	3
TS (Tidak Sesuai)	2	4
STS (Sangat Tidak Sesuai)	1	5

Alternatif jawaban untuk skala konformitas adalah Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Cukup Sesuai (CS), Netral (N), Cukup Tidak Sesuai (CTS), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala *likert* untuk variabel konformitas disusun dalam bentuk *checklist*. Setiap pernyataan memiliki tujuh pilihan sikap, sehingga pernyataan ini mencerminkan tingkat sikap yang dipilih atau dipertimbangkan oleh responden. Dalam penelitian ini, menggunakan jenis instrument skala psikologi dengan pemberian skor sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Skor Aitem Konformitas

Respon	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
SS (Sangat Sesuai)	7	1
S (Sesuai)	6	2
CS (Cukup Sesuai)	5	3
N (Netral)	4	4
CTS (Cukup Tidak Sesuai)	3	5
TS (Tidak Sesuai)	2	6
STS (Sangat Tidak Sesuai)	1	7

1. Skala Perilaku Konsumtif

Menurut Fromm (dalam Arum & Khoirunnisa, 2021), skala perilaku konsumtif terdiri dari empat elemen yaitu status, pemenuhan keinginan, barang yang tidak terjangkau, dan barang yang tidak produktif. Terdapat 24 aitem dalam skala ini, dengan 12 aitem *favorable* dan 12 aitem *unfavorable*.

Adapun *blueprint* skala perilaku konsumtif dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Aitem		Σ
	Favorable	Unfavorable	
Pemenuhan keinginan	1, 13, 2, 14	7, 19, 8, 20	4
Barang di luar jangkauan	3, 15, 4, 16	9, 21, 10, 22	4
Barang tidak produktif	5, 17	11, 23	4
Status	6, 18	12, 24	4
Jumlah Aitem	12	12	24

2. Skala Konformitas

Skala dalam penelitian ini menggunakan skala baku *Conformity Scale* berdasarkan aspek-aspek konformitas menurut Mehrabian dan Stefl (dalam Putra & Wibowo, 2023), yaitu keinginan meniru kelompok, bergabung untuk menghindari kelompok, dan menjadi pengikut kelompok. Skala ini memiliki 11 aitem, yang terdiri dari 6 aitem *favorable* dan 5 aitem *unfavorable*. Adapun *blueprint* skala konformitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3. 4 Blueprint Skala Konformitas

Aspek	Aitem		Σ
	Favorable	Unfavorable	
Keinginan meniru kelompok	1, 2	8, 9	4
Bergabung untuk menghindar	3, 4, 5	10	4
Menjadi pengikut kelompok	6, 7	11	3
Jumlah Aitem	6	5	11

E. Metode Analisis Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada seberapa akurat sebuah tes atau skala melakukan fungsi ukurnya. Azwar (2018) menyatakan bahwa validitas isi sangat penting untuk pembuatan skala kognitif dan non-kognitif yang bersifat menyetujui. Ketika data yang dihasilkan secara akurat mencerminkan variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran, maka pengukuran tersebut dianggap memiliki validitas yang tinggi.

Selanjutnya, pengujian validitas dilakukan secara empiris dan disebut sebagai pengujian validitas isi (*content validity*). Azwar (2021) menyatakan bahwa pentingnya validitas isi dalam pembuatan skala non-kognitif dan tes kognitif yang mengukur aspek psikologis adalah bahwa yang dimaksud validitas ini sejauh mana komponen instrumen pengukuran benar-benar relevan dan merepresentasikan yang tepat dengan tujuan pengukuran.

Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas Aiken's V yang dapat digunakan untuk menghitung menggunakan *content-validity coefficient*. Azwar (2021) menyatakan bahwa dilakukan dengan cara menilai apakah suatu aitem tersebut berguna atau tidak. Sebuah aitem dianggap berguna jika dapat secara efektif menyampaikan tujuan pengukuran. Skor penelitian yang dilakukan 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:

Gambar 3.2 Rumus Aiken's V

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

Keterangan :

- V = indeks validitas isi
- S = $r - 10$
- R = angka yang diberikan oleh validator
- I_o = angka penilaian validitas terendah (yaitu 1)
- C = angka penilaian validitas tertinggi (yaitu 5)
- N = banyaknya kategori yang dapat dipilih

2. Uji Analisis Aitem

Adapun validitas aitem menggunakan analisis aitem atau daya diskriminasi aitem. Azwar (2018) menyatakan bahwa daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem tersebut dapat membedakan individu atau kelompok yang memiliki aitem. Salah satu cara untuk mengetahui daya diskriminasi aitem adalah dengan menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor total aitem dalam skala itu sendiri (Sugiyono. 2019). Dalam penelitian ini, kriteria pemilihan aitem didasarkan pada korelasi aitem total dengan nilai ambang batas 0,3 untuk korelasi aitem. Korelasi item dapat dihitung dengan *Product Moment* dari *Carl Pearson*.

3. Uji Reliabilitas

Azwar (2018) menyatakan bahwa alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang akan menghasilkan data yang sama ketika digunakan berulang kali

untuk mengukur objek yang sama. Nilai reliabilitas alat ukur mendekati angka 1, dan semakin tinggi koefisien reliabilitas alat ukur, maka semakin konsisten hasil pengukurannya. Untuk mengetahui reliabilitas instrumen penelitian ini, digunakan teknik analisis data *Alpha Cronbach* dengan SPSS versi 26. Tabel *Guilford* berikut ini digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menentukan reliabilitas skala penelitian ini:

Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Reliabilitas *Guilford*

Besarnya Nilai r	Interpretasi Reliabilitas
$0,00 \leq r < 0,20$	sangat rendah Reliabilitas
$0,20 \leq r < 0,40$	rendah Reliabilitas sedang
$0,40 \leq r < 0,60$	Reliabilitas tinggi
$0,60 \leq r > 0,80$	Reliabilitas sangat tinggi
$0,80 \leq r < 1,00$	

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal atau tidak (Sintia *et al.*, 2022). Dalam penelitian ini digunakan rumus perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai yang lebih besar atau sama dengan 0,05 dianggap normal, sedangkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 dianggap tidak normal (Sugiyono, 2018). Untuk menghasilkan hasil normalitas data, peneliti menggunakan SPSS versi 26.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas menurut Sugiyono (2018) adalah tujuan dari uji linearitas yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear

antar variabel. Jika nilai signifikansi linear (Sig) lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan linear, sedangkan jika nilai signifikansi linear (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka tidak linear. Perhitungan linearitas ini menggunakan bantuan SPSS versi 26. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa uji analisis digunakan untuk membandingkan rata-rata antara dua kelompok data sampel atau lebih. Asumsi utama dalam analisis komparatif adalah data variabel yang akan dibandingkan harus berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa uji regresi linear sederhana berfungsi untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Regresi linear sederhana, didasarkan pada hubungan fungsional atau sebab-akibat yang melibatkan hanya satu variabel dependen (X) dan satu variabel independen (Y). Dalam penelitian ini variabel yang akan digunakan adalah konformitas dan perilaku konsumtif. Adapun rumus perhitungan persamaan umum regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.3 Rumus Regresi Linear Sederhana

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y = variabel terikat

a & b = konstanta

X = variabel bebas

4. Uji Koefesien Determinasi

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (X) konformitas, variabel dependen (Y) perilaku konsumtif. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.4 Rumus Koefisien Determinasi

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

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

5. Uji Kategorisasi

Menurut Azwar (2018), uji kategorisasi bertujuan untuk membagi individu ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan karakteristik yang diukur. Subjek perilaku konsumtif dan konformitas terbagi menjadi dua kategori yaitu tinggi dan rendah (Azwar, 2017). Adapun dua penggolongan kategorisasi diantaranya yaitu:

Tabel 3.6 Karakteristik Kategorisasi

Rentang Nilai	Kategori
$X < \mu$	Rendah
$X > \mu$	Tinggi

Keterangan :

X = skor mentah sampel

μ = rata-rata distribusi