

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 1.1. Metode dan Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berbentuk angka – angka dan dianalisis menggunakan statistik. Azwar (2018) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan analisisnya pada data – data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metoda analisis statistika. Penelitian dengan metode kuantitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Metode ini dipilih karena peneliti mengolah data dalam bentuk angka – angka ke dalam analisis statistik. Dengan metode kuantitatif maka akan diperoleh bukti signifikansi perbedaan atau signifikansi pengaruh antar variabel – variabel yang dilibatkan.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian non – eksperimental. Menurut Sugiyono (2018) desain penelitian non – eksperimental adalah melakukan pengukuran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tanpa memberikan perlakuan – perlakuan khusus terhadap variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kontribusi bauran pemasaran dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada anggota grup *facebook* kuliner Kota Cikampek (Kutaci).

## 1.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

### a. Persepsi Bauran Pemasaran ( $X_1$ )

Persepsi bauran pemasaran adalah pandangan suatu konsumen terhadap alat pemasaran yang digunakan oleh pemasar yang di dalamnya terdapat produk, harga, promosi dan sistem distribusi (tempat) untuk menerapkan strategi pemasarannya.

### b. Konsep Diri ( $X_2$ )

Konsep diri adalah persepsi diri suatu individu berdasarkan keadaan sebenarnya, penggambaran ideal, penggambaran diri pribadi dan penggambaran diri dari lingkungan sosialnya.

### c. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan dengan mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan dan tidak terencana yang sebenarnya barang atau jasa tersebut kurang atau bahkan tidak dibutuhkan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan mendapatkan kepuasan ataupun kesenangan sehingga mengesampingkan kebutuhan.

## 1.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1.3.1. Populasi Penelitian

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. Ciri – ciri yang dimaksud,

pada sebagian penelitian sosial, menekankan pada ciri demografis seperti batas wilayah domisili subjek. Populasi pada penelitian ini adalah laki – laki ataupun perempuan pengguna jejaring sosial media *Facebook* yang tergabung dalam grup kuliner kota cikampek (kutaci). Berdasarkan data terakhir pada bulan Maret 2019, jumlah populasi sebanyak 132.557 anggota. Peneliti menggunakan tabel penentuan sampel yang dikembangkan oleh Issac & Michael (dalam Sugiyono, 2018) dengan taraf kesalahan 5% yaitu berjumlah 387 responden.

### 1.3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel kuota. Menurut Sugiyono (2018), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian teknik *sampling* kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri – ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Yang menjadi karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Berjenis kelamin Laki – laki atau Perempuan.
- b. Memiliki akun *Facebook*
- c. Tergabung dalam anggota grup *facebook* kuliner Kota Cikampek (Kutaci)

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa skala. Skala yang digunakan adalah skala sikap model *likert*. Menurut Azwar (2018), skala sikap dirancang untuk mengungkap sikap pro dan kontra,

positif dan negatif, atau setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial yang berupa kumpulan pernyataan - pernyataan. Pernyataan sikap terdiri atas dua macam, yaitu pernyataan yang *favorable* (mendukung atau memihak pada objek sikap) dan pernyataan yang *unfavorable* (tidak mendukung objek sikap). Penelitian ini menggunakan tiga skala sikap, yaitu skala bauran pemasaran, skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif.

### 3.4.1 Format Skala

Format aitem skala yang disajikan berbentuk pernyataan dan menggunakan jenis skala *Likert*, yaitu :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan jenis skala yang dipilih yaitu skala *Likert* dan dibedakan menjadi dua jenis yaitu *favorable* dan *unfavorable*, maka di dapat format penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Format Penilaian Skala.

Jawaban	SS	S	CS	TS	STS
Skor ( <i>Favorable</i> )	5	4	3	2	1
Skor ( <i>Unfavorable</i> )	1	2	3	4	5

### 3.4.2 Instrumen Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan skala sikap berupa angket yang dibuat berdasarkan indikator dari masing – masing variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua bentuk skala yang digunakan, yaitu skala konvensional (menggunakan kertas atau *offline*) dan skala *google form (online)*. Skala konvensional adalah skala yang telah tercetak pada kertas yang kemudian di distribusikan kepada responden secara langsung. Sedangkan skala *google form* adalah layanan pengolahan kata, lembar sebar, presentasi, dan formulir berbasis web gratis dari *google*. Untuk skala persepsi bauran pemasaran disusun berdasarkan teori Kotler (2009), skala konsep diri disusun berdasarkan teori Hawkins & Mothersbaugh (dalam Sumarwan, 2014), sedangkan skala perilaku konsumtif mengacu pada teori Sumartono (dalam Sukari, 2013).

## 3.5. Metode Analisis Instrumen

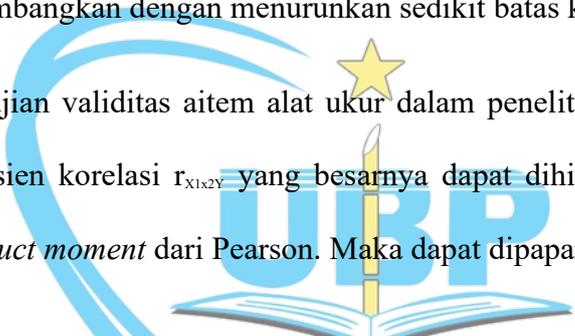
### 3.5.1 Uji Validitas

Menurut Azwar (2018) uji validitas penting dilakukan dalam suatu penelitian karena untuk membuktikan bahwa struktur seluruh aspek berperilaku, indikator berperilaku, dan aitem – aitemnya memang membentuk suatu konstruk yang akurat bagi atribut yang diukur. Dalam kata lain, pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini benar – benar mengukur apa yang hendak diukur. Pada penelitian ini, tipe validitas yang digunakan untuk menguji kevalidan alat ukurnya adalah validitas isi (*content validity*).

Penelitian ini juga menggunakan seleksi aitem. Aitem yang diujikan pada masa uji coba akan diketahui mana yang berkualitas kurang baik sehingga aitem –

aitem tersebut harus digugurkan terlebih dahulu sebelum dilakukan pengambilan data. Pada pengambilan data, hanya aitem yang mempunyai kualitas yang baik saja yang boleh digunakan dalam skala. Salah satu kualitas yang dimaksud adalah aitem yang memiliki konsistensi antara aitem dengan aitem secara keseluruhan atau biasa disebut dengan korelasi aitem total. Azwar (2018) mengemukakan bahwa aitem yang dinyatakan valid yaitu memiliki nilai korelasi 0,30 namun apabila jumlah aitem yang lolos belum mencukupi jumlah yang diinginkan maka aitem tersebut dapat dipertimbangkan dengan menurunkan sedikit batas kriteria menjadi 0,25.

Pengujian validitas aitem alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk koefisien korelasi  $r_{x_1x_2Y}$  yang besarnya dapat dihitung dengan persamaan korelasi *product moment* dari Pearson. Maka dapat dipaparkan sebagai berikut:



$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N = Banyaknya responden

Selain itu, pengujian validitas juga menggunakan *Corrected item total correlation*.

Rumus *spurious overlap* dapat dipaparkan sebagai berikut :

$$r_{i(x-1)} = \frac{(r_{ix} s_x - s_i)}{\sqrt{(s_x^2 + s_i^2 - 2 r_{ix} s_i s_x)}}$$

Dalam penelitian ini untuk menguji validitas, peneliti menggunakan *software* SPSS *for windows* versi 24.00.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Azwar (2018) mengartikan reliabilitas mengacu kepada kepercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak cermat bila eror pengukurannya terjadi secara *random*. Pengujian reliabilitas juga dipakai untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Selain itu, digunakan juga untuk menguji konsistensi internal antara variabel atau konsistensi jawaban responden terhadap aitem pernyataan yang diberikan kepada responden. Reliabilitas harus berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00 (Perbandingan r tabel). Apabila nilai reliabilitas semakin mendekati angka 1,00 berarti alat ukur semakin reliabel. Maka dapat dipaparkan sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$S_t$  = Varians total

$k$  = Jumlah item

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan menggunakan *software* SPSS *for windows* versi 24.00.

### **3.6. Teknis Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Normalitas Data**

Sugiyono (2018) menyebutkan bahwa penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Penelitian ini akan menggunakan *Kolmogorov smirnov* untuk menguji normalitas data. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018) bahwa perhitungan *Kolmogorov smirnov* dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Kolmogorov smirnov* hitung dengan taraf signifikansi 5% atau ( $> 0,05$ ). Bila nilai *Kolmogorov smirnov* hitung lebih besar atau sama dengan nilai 0,05 maka distribusi data dinyatakan normal, dan bila lebih kecil maka dinyatakan tidak normal. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil normalitas data, peneliti menggunakan *software SPSS for windows* versi 24.00.

#### **3.6.2 Uji Linearitas**

Menurut Sugiyono & Susanto (2017) uji linearitas dilakukan untuk melihat linearitas hubungan antara variabel terikat dengan dengan variabel bebas. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai p lebih kecil 0,05 maka sebarannya dinyatakan linier, dan sebaliknya jika p lebih besar atau sama dengan 0,05. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil linearitas, peneliti menggunakan *software SPSS for windows* versi 24.00.

#### **3.6.3 Uji Hipotesis**

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji regresi berganda. Menurut Sugiyono (2018) apabila dalam penelitian terdapat dua variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dan satu variabel terikat ( $Y$ ) digunakan uji regresi berganda. Maka dapat dipaparkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

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

$b_1$  = Koefisien regresi variabel  $x_1$

$b_2$  = Koefisien regresi variabel  $x_2$

$X_1$  = Subyek pada variabel  $x_1$

$X_2$  = Subyek 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:

- a. Apabila nilai signifikansi hitung lebih besar dari 0,05, maka  $H_0$  diterima.
- b. Apabila nilai signifikansi hitung lebih kecil dari 0,05, maka  $H_a$  diterima.

Untuk mengetahui besaran kontribusi variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y, perlu dilakukan uji determinasi. Menurut Riduwan (2016) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan skala dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ).

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Setelah hasil uji determinasi diperoleh, langkah selanjutnya adalah melakukan uji kategorisasi. Menurut Azwar (2018) uji kategorisasi ditujukan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok – kelompok yang posisinya berjenjang

menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur. Kontinum terdiri dari 3 kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi. Maka dapat dipaparkan sebagai berikut :

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

Sehingga :

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

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan *software* SPSS *for windows* versi 24.00.

