

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian, yang meliputi identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, populasi dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode analisa instrumen dan metode analisis data.

A. Metode dan Desain Penelitian



Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan bentuk penelitian asosiatif kausal.

Menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2016) bentuk penelitian asosiatif kausal adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan hubungan yang bersifat sebab-akibat.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Konformitas

Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu melakukan perubahan keyakinan dan perilaku agar sesuai dengan perilaku orang lain atas dasar keinginan sendiri.

2. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitas untuk mencari kesenangan hidup, seperti selalu ingin menjadi pusat perhatian dan biasanya banyak terjadi pada masa remaja.

3. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu jenis perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada individu, bila individu tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional dan membeli tidak lagi berdasarkan faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada faktor keinginan (*want*).

C. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Generasi Z yang bersekolah SMA Negeri 5 Karawang, Kabupaten Karawang. Karakteristik populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Laki-laki dan perempuan yang berusia 14 – 17 tahun.
- b. Laki-laki dan perempuan siswa aktif SMA Negeri 5 Karawang yang berjumlah 746 orang.
- c. Pengguna aktif internet dan menggunakan *smartphone* untuk melakukan belanja *online*.

2. Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Cara menentukan banyaknya sampel adalah dengan menggunakan tabel dari Issac dan Michael (dalam Sugiyono, 2016) dengan tingkat kesalahan 5% yaitu 238 orang sampel.

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu sampling kuota. Menurut Sugiyono (2016) sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Menurut Sugiyono (2016) skala merupakan

kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Penyusunan skala ini menggunakan metode skala *likert*. Menurut Sugiyono (2016) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial berdasarkan bentuk *favorable* dan *unfavorable*. Dalam skala *likert* ini terdapat lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (R), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS), dengan cara penilaian:

Tabel 1
Pembobotan Penilaian Skala

Alternatif Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-Ragu (R)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Terdapat tiga macam skala yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Skala Konformitas

Skala ini dibuat untuk mengukur konformitas pada Generasi Z, menggunakan aspek-aspek konformitas Martin dan Hewstone (dalam Taylor dkk., 2009) terdiri dari pengaruh sosial normatif, pengaruh sosial informasional dan membenarkan konformitas, yang diuraikan dalam empat

indikator terdiri dari 8 aitem *favorable* dan 8 aitem *unfavorable*. Adapun *blue print*nya sebagai berikut:

Tabel 2

***Blue Print* Skala Konformitas**

Aspek	Indikator	Aitem		Total
		Fav	Unfav	
Pengaruh Sosial Normatif	Keinginan untuk Disukai	1, 9	5, 13	4
	Rasa Takut Akan Penolakan	2, 10	6, 14	4
Pengaruh Sosial Informasional	Keinginan untuk Merasa Benar	3, 11	7, 15	4
Membenarkan Konformitas	Konsekuensi Kognitif dari Mengikuti Kelompok	4, 12	8, 16	4
JUMLAH		8	8	16

2. Skala gaya hidup hedonis

Skala ini dibuat untuk mengukur gaya hidup hedonis pada Generasi Z, menggunakan aspek-aspek gaya hidup hedonis dari Priansa (2017) terdapat yaitu: kegiatan (*activities*), minat (*interest*) dan pendapat (*opinion*), yang terdiri dari 9 aitem *favorable* dan 9 aitem *unfavorable*. Adapun *blue print*nya sebagai berikut:

Tabel 3

Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis

Aspek	Indikator	Aitem		Total
		Fav	Unfav	
Gaya hidup hedonis	Kegiatan (<i>activities</i>)	1, 7, 13	4, 10, 16	6
	Minat (<i>interest</i>)	2, 8, 14	5, 11, 17	6
	Pendapat (<i>opinion</i>)	3, 9, 15	6, 12, 18	6
JUMLAH		9	9	18

3. Skala perilaku konsumtif berbelanja *online*

Skala ini dibuat untuk mengukur perilaku konsumtif berbelanja *online*, menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Sukari, 2013) yaitu adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan yang diuraikan dalam delapan indikator perilaku konsumtif terdiri dari 16 aitem *favorable* dan 16 aitem *unfavorable*. Adapun *blue print*nya sebagai berikut:

Tabel 4

Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Aitem		Total
		Fav	Unfav	
Perilaku konsumtif	Membeli produk karena iming-iming hadiah.	1, 17	9, 25	4

Aspek	Indikator	Aitem		Total
		Fav	Unfav	
Perilaku konsumtif	Membeli produk karena kemasannya menarik.	2, 18	10, 26	4
	Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.	3, 19	11, 27	4
	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya).	4, 20	12, 28	4
	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	5, 21	13, 29	4
	Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.	6, 22	14, 30	4
	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	7, 23	15, 31	4
	Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda)	8, 24	16, 32	4
JUMLAH		16	16	32

E. Metode Analisa Instrumen

1. Validitas

Menurut Azwar (2012) validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauhmana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Menurut Azwar (2012) validitas isi adalah validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement*. Azwar (2012) menjelaskan prosedur yang dapat digunakan untuk menguji validitas isi adalah menggunakan rasio validitas isi – Lawshe’s CVR. *Content Validity Ratio* (CVR) sebagai statistik dirumuskan oleh Lawshe (1975). Statistik ini mencerminkan tingkat validitas isi aitem-aitem berdasarkan data empirik. *Subject Matter Expert* (SME) diminta untuk menyatakan apakah aitem dalam tes sifatnya esensial bagi operasionalisasi konstruk teoretik tes yang bersangkutan.

2. Analisis Aitem

Menurut Sugiyono (2017) pengujian validitas tiap butir digunakan analisis aitem, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Menurut Azwar (2012) untuk memperoleh koefisien korelasi antara skor total, digunakan teknik korelasi *product moment* dari Carl Pearson dengan menggunakan SPSS *for windows*, dengan rumus:

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

Keterangan:

i : Skor aitem

X : Skor skala

N : Banyaknya subjek

Selanjutnya nilai r_{ix} yang diperoleh dibandingkan dengan nilai r tabel untuk taraf signifikansi 5% dengan jumlah sampel. Jika diperoleh harga $r_{ix} > r$ tabel maka item tersebut dapat dikatakan valid (signifikan), sebaliknya jika diperoleh harga $r_{ix} < r$ tabel maka item tersebut tidak valid.

3. Reliabilitas

Menurut Azwar (2012) reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yaitu suatu pengukuran yang mampu menghasilkan dan menunjuk pada sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Dalam Suryabrata (2000) reliabilitas skala psikologi dalam penelitian dapat diuji dengan menggunakan teknik ukur uji reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach yang dikenal dengan teknik *Alpha Cronbach*. Untuk menghitung reliabilitas instrumen dalam penelitian ini akan menggunakan SPSS *for windows* atau dengan rumus Alpha yaitu:

$$\alpha = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma Vi^2}{Vt} \right]$$

Keterangan:

α : Koefisien reliabilitas

n : Banyaknya bagian (potongan tes)

V_i : Varians tes bagian 1 yang panjangnya tak ditentukan

V_t : Varians skor total (perolehan)

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas Data

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Menurut Sugiyono (2017) uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara analisis normalitas, salah satunya *kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas dilakukan dengan mendasarkan pada uji *kolmogorov-smirnov* (KS) dengan nilai p 2 sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil normalitas data peneliti menggunakan *software SPSS for windows*.

2. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2017) uji linearitas dilakukan untuk melihat linearitas peranan antara variabel terikat dengan variabel bebas yaitu (Y), (X_1), (X_2). Kaidah yang digunakan adalah jika nilai p lebih besar 0,05 maka sebarannya dikatakan linear dan sebaliknya jika p lebih kecil atau sama

dengan 0,05 tidak linear. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui peranan variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear atau tidak. Untuk menguji linearitas, peneliti akan menggunakan *software* SPSS versi 24.0 *for windows*.

3. Uji Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2017) analisis regresi berganda digunakan bila penelitian bertujuan untuk memprediksi bagaimana keadaan naik dan turun variabel dependent. Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independent minimal 2 variabel. Penelitian ini akan menggunakan regresi berganda, sebab dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat (Y). Pengolahan data akan menggunakan SPSS *for windows* atau dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen / variabel terikat

a = Konstanta

β_1 & β_2 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 & X_2 = Variabel independen

Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan dengan r tabel, dengan ketentuan:

1. Apabila r hitung lebih kecil dari r tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.
2. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Riduan (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan skala dalam mengukur variasi variabel dependen. Untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan menggunakan SPSS *for windows* atau dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KP : Besarnya koefisien penentu (determinan).

r : Koefisien korelasi.

Azwar (2014) menjelaskan bahwa kategorisasi didasari oleh asumsi bahwa skor individu dalam kelompoknya merupakan estimasi terhadap skor individu dalam populasi dan asumsi bahwa skor individu dalam populasinya terdistribusi secara normal. Kategorisasi jenjang (ordinal) adalah uji kategorisasi bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang di ukur. Kontinum jenjang terdiri dari rendah ke tinggi, dari paling jelek ke paling baik, dari sangat tidak puas ke sangat puas dan semacamnya. Pengolahan data akan menggunakan SPSS *for windows* atau dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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