

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Analisis data pada metode penelitian kuantitatif bersifat angka dan analisisnya menggunakan statistik. Metode kuantitatif memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Desain penelitian yang digunakan adalah korelasi. Hal ini berdasarkan tujuan dari penelitian untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2016).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Menurut Sugiyono (2016) definisi variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (X) : *celebrity worship*
2. Variabel Terikat (Y) : pembelian kompulsif

C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah definisi pada suatu variabel yang diberikan dengan cara mengubah konsep yang berupa konstruk menjadi kata-kata yang menggambarkan perilaku dan gejala yang dapat diamati, dapat diukur, dan ditentukan kebenarannya berdasarkan karakteristik variabel yang dapat diamati (Azwar, 2015). Definisi Operasional dari variabel penelitian ini adalah:

1. Pembelian Kompulsif (Variabel Terikat)

Pembelian kompulsif adalah tinggi rendahnya tingkat pembelian tidak terencana, dilakukan secara berlebihan, berulang-ulang, untuk mendapatkan kesenangan atau menghilangkan perasaan negatif.

Aspek-aspek dari pembelian kompulsif yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini sesuai dengan pernyataan Valence dkk (1988) yaitu *tendency to spend, aspest reactive, post-purchase guilt dan family enviroenment*. Data pembelian kompulsif diukur menggunakan quesioner dalam bentuk skala *likert* dengan empat pilihan jawaban yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

2. *Celebrity Worship* (Variabel Bebas)

Celebrity worship merupakan tinggi rendahnya tingkat kekaguman dan rasa cinta yang tidak biasa dari seorang penggemar kepada sang idola.

Aspek-aspek dari *celebrity worship* yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini sesuai dengan pernyataan Maltby (2006) yaitu *entertainment social, intense personal, dan borderline pathological*. Data

celebrity worship diukur menggunakan questioner dalam bentuk skala *likert* dengan empat pilihan jawaban yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

D. Populasi, Sampel, dan Teknik pengambilan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi dari subyek atau objek yang mempunyai kualitas dan meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016). Populasi pada penelitian ini adalah anggota komunitas wannable yang berusia dewasa awal di Surabaya berjumlah 203 anggota.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan representatif dari populasi. (Sugiyono,2016). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebesar 71 orang anggota komunitas wannable yang berusia dewasa awal di Surabaya.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik penentuan

sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 71 orang dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. responden berusia 18-40 tahun
- b. sering membeli pernak-pernik atau mendatangi acara Wanna One

A. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian untuk mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang akan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel pada skala likert. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2016). Skala likert memberikan empat alternatif pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju ((S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Angket dalam penelitian ini disusun ke dalam dua bentuk yaitu favorabel dan unfavorabel dengan skor sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skor Skala Likert

Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Pernyataan sikap terdiri atas dua macam pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* digunakan untuk mendukung atau memihak obyek sikap, sedangkan pernyataan *unfavorable* digunakan untuk menunjukkan hal yang tidak memihak obyek (Azwar, 2015). Dalam menyusun dan mengembangkan instrumen, peneliti terlebih dahulu membuat *blue print* dari variabel penelitian yang memuat aspek atau dimensi, indikator masing-masing aspek yang akan dijadikan acuan dalam penulisan aitem (Azwar, 2015). Adapun yang dibuat dalam penelitian ini adalah skala pembelian kompulsif dan *celebrity worship* yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2. Blue Print Pembelian Kompulsif

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
			Favorabel	Unfavorabel		
1	<i>Tendency to Spend</i>	Kecenderungan untuk berbelanja (pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya)	17,9,15	31,7	5	30%
		menghabiskan banyak waktu ketika berbelanja	26,18,16,25,27	32,	6	
2	<i>Reactive Aspect</i>	terdapat motivasi tinggi untuk	1,4,8,5		4	40%

		membeli suatu barang				
		timbul rasa cemas ketika ingin segera membeli	21,6,10,13,	2,24	7	
		pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa mencari informasi	3,30,	19,33	4	
3	<i>Post-purchase Guilt</i>	merasa bersalah setelah membeli barang	36,12,14	20	4	30%
		mengungkapkan perasaan dengan tindakan	22,34,28,29,1 1	23,35,	7	
Jumlah			26	10	36	100%

Tabel 3.3. Blue Print Celebrity Worship

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
			Favorabel	Unfavorabel		
1	<i>Entertainment-social</i>	merasa senang dan tertarik mempelajari kisah hidup idola	18,5,7,19		4	23,3%
		meluangkan waktu untuk mengikuti kegiatan yang dilakukan idola	21,28	22	3	
2	<i>Intense-personal</i>	terobsesi dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan idola	10,13,15,26,	23	5	38,9%
		Memiliki rasa empati dengan idola	16,1,3,2,6	20	6	
		Merasa memiliki hubungan spesial dengan idola	9,27,		2	

3	<i>Borderline-pathological</i>	Menganggap idola merupakan manusia sempurna	29,11,		2	33,3%
		Melakukan sesuatu yang tidak masuk akal, bersifat ilegal, dan tidak aman demi idola	14,12,24,25,1 7		5	
		Berfantasi secara berlebihan terhadap idola	30,28,4		3	
Jumlah			27	3	30	100%

F. Validitas dan Reabilitas

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan suatu fungsi ukurnya yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran. Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2015).

Pengujian validitas dengan cara pengujian daya diskriminasi aitem yang dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distributor skor aitem dengan skor skala itu sendiri, dianalisis dengan cara korelasi *product moment* Pearson (Azwar, 2015). Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem

tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya.

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputasi formula korelasi *product moment Pearson* dengan bantuan SPSS Statistik 20. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa syarat minimum aitem yang memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai r kritis = 0,3. Pengujian validias alat ukur dalam penelitian menggunakan uji validitas item. Rumus uji validitas item penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

n= Banyaknya pasangan data X dan Y

X₁ = Total jumlah dari variabel X

Y₁ = Total jumlah dari variabel Y

X₁² = Kuadrat dari total jumlah variabel X

Y₁² = Kuadrat dari total jumlah variabel Y

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang digunakan untuk menunjukkan relatif konsistensinya sebuah alat ukur. Alat ukur yang reliable bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama berulang kali akan menghasilkan data yang relatif

sama (Sugiyono, 2016). Pengujian ini dilakukan dengan cara mengujikan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* Adapun rumus koefisiensi reliabilitas *Alpha Cronbach* sebagai berikut (Arikunto, 2014):

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r = Koefisien Reliabilitas yang dicari

k = Jumlah butir pernyataan

σ_i^2 = Varians butir-butir pernyataan

σ^2 = Varians skor tes

Peneliti menggunakan bantuan SPSS statistik 20 untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dan Sebuah instrument dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* mendekati 1. Adapun rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00 (Azwar, 2015).

G. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan setelah data dari responden telah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam menganalisis data adalah

tabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiono, 2016). Berdasarkan jenis data dan hipotesis yang diujikan maka teknik statistik yang digunakan adalah statistik korelasi *product moment*. Hasil analisis data didapatkan dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistik versi 20.

1. Uji Asumsi

Uji asumsi merupakan sebuah uji yang dilakukan sebelum uji hipotesis. Uji asumsi dibuat sebagai dasar untuk pemilihan teknik komputasi tertentu guna pengujian hipotesis (Azwar, 2015). Uji asumsi yang dilakukan yakni:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data variabel penelitian dalam populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini kurang dari 200. Normalitas data pada uji *Kolmogorov-Smirnov* signifikansi pada hasil statistik dengan nilai signifikansi $>5\%$ (0,05). Peneliti menggunakan bantuan SPSS 20 untuk menguji normalitas data.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan, serta mencari sebaran data yang ada pada variabel bebas apakah sejalan dengan

data yang ada dalam variabel terikat. Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05, dua variabel tersebut dikatakan linear jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data penelitian ini adalah linear. Penelitian ini peneliti menggunakan alat bantu SPSS 20.

2. Uji Korelasi

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval yang berasal dari kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Berdasarkan jenis data dan hipotesis yang akan diujikan maka teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *product moment*. Adapun rumus analisis *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya pasangan data X dan Y

X_1 = Total jumlah dari variabel X

Y_1 = Total jumlag dari variabel Y

X_1^2 = Kuadrat dari total jumlah variabel X

Y_1^2 = Kuadrat dari total jumlah variabel Y

Pada hasil perhitungan statistik akan dilihat hasil signifikansi apabila Hasil perhitungan statistik lebih dari signifikansi taraf kesalahan 5% (0,05), maka hipotesis awal diterima. Apabila nilai signifikansi pada perhitungan statistik kurang dari signifikansi taraf kesalahan 5% (0,05), maka hipotesis awal ditolak.

H. Kerangka Kerja

