

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, definisi konseptual dan operasional, instrumen penelitian analisis data semua tercakup dalam bab ini.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Pendekatan kuantitatif digunakan agar dapat menjelaskan hubungan fanatisme sebagai variabel independen atau variabel bebas (X) dan *repurchase intention* sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y).

B. Partisipan

Pada penelitian ini kriteria yang akan menjadi partisipan yaitu individu yang tinggal di Kota Bandung, individu yang menyukai Korean pop (Kpop) atau yang biasa disebut sebagai *Kpopers (Korean Pop Lovers)* dan pernah membeli album Kpop dengan cara *pre order* secara *online* lebih dari satu kali.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu individu yang tinggal di Kota Bandung, individu yang menyukai Korean pop (Kpop) atau yang biasa disebut sebagai *Kpopers (Korean Pop Lovers)* dan pernah membeli album Kpop dengan cara *pre order* secara *online* lebih dari satu kali.

2. Sampel

Peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* teknik *accidental* untuk sampel dalam penelitian ini karena pengambilan sampel didasarkan kepada kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti yaitu individu yang tinggal di Kota Bandung, individu yang menyukai Korean pop (Kpop) atau yang biasa disebut sebagai *Kpopers (Korean Pop*

Lovers) dan pernah membeli album Kpop dengan cara *pre order* secara *online* lebih dari satu kali.

Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan dan dituliskan oleh peneliti di atas, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah target ketika populasi tidak diketahui (Lwanga & Lemeshow, 1990):

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Za = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1-P

L = Alpha (0.05)

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,05^2} = 384$

Berdasarkan hasil rumus tersebut didapatkan hasil bahwa jumlah sampel minimal 384 orang. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jumlah minimal sampel 384 ditambah 10% *margin of error* sehingga jumlah sampel yaitu 423 orang (Daniel, 2012).

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 variabel yaitu fanatisme dan *repurchase intention*. Variabel fanatisme yaitu sebagai variabel (X) dan variabel *repurchase intention* yaitu sebagai variabel (Y).

E. Definisi Konseptual

a. Fanatisme

Menurut Goddard Fanatisme adalah kepercayaan yang membuat individu bersedia untuk melakukan apa saja agar kepercayaan yang dianutnya tetap terlindungi (Haning, 2020).

b. *Repurchase Intention*

Menurut Hawkins (2001) Pembelian berulang merupakan sikap konsumen dalam melakukan pembelian kembali terhadap produk setelah konsumen puas dengan pembelian sebelumnya.

F. Definisi Operasional

a. Fanatisme

Fanatisme merupakan kepercayaan penggemar Kpop yang membuat mereka bersedia untuk melakukan apa saja untuk idolanya.

b. *Repurchase Intention*

Repurchase intention merupakan perilaku pembelian kembali album dengan cara *pre order* yang dilakukan oleh penggemar Kpop setelah penggemar merasakan kepuasan dari pembelian sebelumnya.

G. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua instrumen yaitu fanatisme dan *repurchase intention*.

1. Fanatisme

a. Spesifikasi Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur fanatisme pada penelitian ini yaitu menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan teori menurut Goddard (2001) yang turunannya dibuat oleh Jenni Eliani pada tahun 2018 dan dilakukan uji coba kembali oleh Kartika Adriani pada tahun 2021. Instrumen tersebut memuat 4 aspek dengan total 14 item.

b. Blue Print

Tabel 3.1 Blue Print Fanatisme

Fanatisme			
Dimensi	Item		Jumlah Item
	Favorable	Unfavorable	
Besarnya tingkat minat dan kecintaan terhadap kegiatan tertentu	4 dan 10	7	3
Preferensi individu dan kelompok terhadap kegiatan tertentu	1 dan 9	8 dan 13	4
Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu	11	5 dan 12	3
Motivasi yang datang dari keluarga	3 dan 6	2 dan 14	4

c. Penyekoran

Instrumen variabel fanatisme yaitu berupa skala *likert* dengan 4 alternatif jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Bobot skor yang diberikan pada instrumen ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Penyekoran Instrumen Fanatisme

Item Pernyataan	Bobot Skor			
	SS	S	TS	STS
Favorable	4	3	2	1
Unfavorable	1	2	3	4

d. Kategorisasi Skor

Penelitian ini menggunakan kategorisasi skor dua level yaitu tinggi dan rendah. Membuat kategorisasi skor, skor murni yang diperoleh responden ditransformasikan ke dalam skor Z dan skor T. Kemudian skor tersebut dikonversikan ke dalam rumus dua level Azwar (dalam Wulandari, 2021). Norma kategorisasi skor instrumen penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kategori Skor Fanatisme

Rumus Kategori Skor	Kategori
$T \geq 50$	Tinggi
$T < 50$	Rendah

e. Interpretasi Skor

Interpretasi Skor Interpretasi Skor dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok kategori yaitu tinggi dan rendah.

1) Tinggi

Skor fanatisme tinggi berarti kepercayaan penggemar Kpop terhadap idolanya tinggi sehingga bersedia melakukan apa saja untuk idolanya.

2) Rendah

Skor fanatisme rendah berarti kepercayaan penggemar Kpop terhadap idolanya rendah sehingga tidak bersedia melakukan apa saja untuk idolanya.

2. *Repurchase Intention*

a. Spesifikasi Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *repurchase intention* pada penelitian ini yaitu menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan teori menurut Hawkins, Best, dan Coney

(2001) yang turunannya dibuat oleh Triya Widia Ningsih pada tahun 2020. Instrumen tersebut memuat 3 indikator dengan total 9 item.

b. Blue Print

Tabel 3. 4 Blue Print Repurchase Intention

<i>Repurchase Intention</i>			
Dimensi	Item		Jumlah Item
	Favorable	Unfavorable	
Frekuensi Pembelian	9, 7 dan 3		3
Komitmen Konsumen	8, 2 dan 1		3
Rekomendasi Positif	6, 4 dan 5		3

c. Penyekoran

Instrumen variabel *repurchase intention* yaitu berupa skala *likert* dengan 4 alternatif jawaban yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Bobot skor yang diberikan pada instrumen ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Penyekoran Instrumen Repurchase Intention

Item Pernyataan	Bobot Skor			
	SS	S	TS	STS
Favorable	4	3	2	1

d. Kategorisasi Skor

Penelitian ini menggunakan kategorisasi skor dua level yaitu tinggi dan rendah. Membuat kategorisasi skor, skor murni yang diperoleh responden ditransformasikan ke dalam skor Z dan skor T. Kemudian skor tersebut dikonversikan ke dalam rumus

dua level Azwar (dalam Wulandari, 2021). Norma kategorisasi skor instrumen penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Kategori Skor *Repurchase Intention*

Rumus Kategori Skor	Kategori
$T \geq 50$	Tinggi
$T < 50$	Rendah

e. Interpretasi Skor

Interpretasi Skor Interpretasi Skor dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok kategori yaitu tinggi dan rendah.

1) Tinggi

Skor *repurchase intention* tinggi berarti penggemar merasakan kepuasan dari pembelian sebelumnya sehingga penggemar membeli kembali album Kpop dengan cara *pre order online*.

2) Rendah

Skor *repurchase intention* rendah berarti penggemar tidak merasakan kepuasan dari pembelian sebelumnya sehingga penggemar tidak membeli kembali album Kpop dengan cara *pre order online*.

H. Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis data dengan desain korelasional non parametrik karena data tidak terdistribusi normal. Berdasarkan hal tersebut peneliti menggunakan teknik analisis korelasi *Rank Spearman* dan dibantu oleh *SPSS Statistic 29*. Teknik analisis korelasi *Rank Spearman* ini diharapkan dapat mengetahui ada tidaknya hubungan antara fanatisme dengan *repurchase intention* penggemar Kpop dalam melakukan *pre order* album secara *online*.

I. Prosedur Penelitian dan Agenda Kegiatan

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini peneliti melakukan pencarian fenomena yang diangkat dalam penelitian ini yaitu hubungan antara fanatisme dan *repurchase intention* penggemar Kpop dalam melakukan *pre order* album secara *online*. Peneliti juga mengumpulkan data seperti penelitian terdahulu dan melakukan wawancara guna mendukung dan mendapatkan gap penelitian yang digunakan untuk membantu peneliti dalam menentukan variabel dan menemukan instrumen penelitian yang akan digunakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini peneliti melakukan adaptasi alat ukur yang kemudian digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya peneliti melakukan pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu penggemar Kpop yang telah melakukan *pre order* album secara *online* lebih dari satu kali.

3. Tahap Pengolahan Data

Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul selanjutnya peneliti mengolah data dengan melakukan uji hipotesis menggunakan *Rank Spearman* dan uji beda menggunakan Kruskal Wallis pada *SPSS Statistic 29* untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara fanatisme dan *repurchase intention* penggemar Kpop dalam melakukan *pre order* album secara *online*.

4. Tahap Akhir

Pada tahap ini peneliti melakukan penyusunan pembahasan hasil penelitian yang telah diolah kedalam bentuk deskripsi dan menjelaskan hasil temuan dan hasil interpretasi dari data statistik berdasarkan kajian pustaka.