

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini akan memakai metode penelitian kuantitatif dengan bantuan sebaran kuesioner. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai penjelasan atau gambaran terkait hasil dari survei dan perilaku sampel yang digeneralisasikan dengan data berupa angka (Syahrudin dan Salim, 2012, hlm. 40). Hasil dari sampel survei yang telah dilakukan tadi kemudian dapat dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi (Cresswell, 2016, hlm. 3). Sehingga penelitian ini akan membahas dan menganalisis adakah pengaruh terpaan tayangan sinetron *Ikatan Cinta* terhadap perilaku konsumtif Ibu Rumah Tangga dengan variabel (X) pengaruh terpaan sinetron *Ikatan Cinta*, serta (Y) perilaku konsumtif.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Kata populasi dipakai dalam penyebutan serumpun atau sekelompok objek sasaran pada penelitian, maka dari itu dapat disebut jika populasi dalam penelitian adalah *universum* artinya keseluruhan atas objek penelitian (Masyhuri & Zainuddin, 2011, hlm. 157). Populasi didasarkan pada kelompok atau himpunan dari semua unit dimana suatu penelitian akan dilakukan, dengan demikian, populasi merupakan himpunan atas semua unit dengan karakteristik yang sama dengan karakteristik variabel yang akan diteliti serta yang temuan dalam penelitiannya bisa digeneralisasi (Shukla, 2020, hlm.1). Populasi tersebut adalah generalisasi dari tempat yang terkandung atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut diputuskan oleh peneliti guna dipahami lantas dari pemahaman tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2016, hlm.117).

Penelitian ini akan mengambil populasi Ibu Rumah Tangga yang berdomisili di Jawa Tengah yang menonton sinetron “*Ikatan Cinta*”. Alasan pemilihan populasi tersebut adalah karena berdasarkan survei yang dilakukan IDN Times pada 2021 penonton “*Ikatan Cinta*” paling banyak berasal dari Jawa Tengah

(24,8%). Selain itu IDN Research Institute (2019) dalam surveinya menunjukkan jika televisi masih menjadi media yang paling banyak ditonton oleh milenial, yang mana milenial ini berusia diantara 25-40 tahun. Selain itu pengaruh dari televisi dianggap sangat potensial untuk membangun perilaku konsumtif di kalangan ibu rumah tangga (Darmawan., Margiyani, dkk, 2010, hlm. 65). Selain itu, ibu rumah tangga biasanya memiliki ketersediaan waktu lebih banyak sehingga memungkinkan mereka memiliki kesempatan lebih banyak untuk bisa menonton televisi, dan program televisi terbanyak yang ditonton diantaranya ialah *infotainment* dan sinetron (Hendriwinaya, 2015, hlm. 45). Sehingga populasi ini dianggap paling representatif.

### 3.2.2 Sampel

Kelompok yang dapat mewakili populasi disebut dengan sampel, yang artinya sampel adalah kelompok yang terpilih dari populasi sebagai sampel haruslah mewakili semua jenis karakteristik yang berbeda jenis unit populasi (Shukla, 2020, hlm. 4). Maka sampel dalam penelitian adalah wakil dari semua kelompok yang terdapat pada populasi (Bungin, 2005, hlm. 3). Teknik *purposive sampling* digunakan peneliti dalam penelitian ini, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan maksud yang sesuai dengan tujuan penelitian (Ali, 2014, hlm. 120). Untuk kepentingan penelitian, peneliti akan mengambil sampel penonton dari sinetron “Ikatan Cinta” yang dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini merupakan teknik dalam menentukan sampel yang menggunakan beberapa pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016, hlm. 85) Penggunaan teknik *sampling* ini disebabkan karena penelitian ini menentukan kriteria tertentu, diantaranya:

1. Ibu rumah tangga domisili Jawa Tengah dengan rentang usia 25-40 tahun
2. Menonton sinetron “Ikatan Cinta”.

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya, maka jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *unknown populations*, dengan rumus sebagai berikut (Frendy, 2011, hlm. 53):

Keterangan:

n: Ukuran sampel

Z: Tingkat keyakinan sampel dalam penelitian, dengan ketentuan  $\alpha$  senilai 5% dan derajat keyakinan 95% sehingga Z menjadi 1,96

$\mu$ : Tingkat kesalahan yang bisa ditolerir dengan ketentuan 5%

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,05)^2}$$

$$n = 384$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus unknown populations diatas maka diperoleh angka sampel 384, sehingga dalam penelitian ini dibutuhkan 384 responden.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Arikunto (1993, hlm. 91) mengatakan jika instrumen merupakan alat yang dipakai peneliti saat memakai suatu metode. Arikunto (2010, hlm. 234) kembali menyatakan bahwa alat bantu yang digunakan dan dipilih peneliti pada saat pengumpulan data agar penelitian menjadi sistematis adalah instrumen pengumpulan data. Instrumen ini diperlukan dalam penelitian supaya kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih mudah serta dengan hasil yang lebih baik, dalam kata lain instrumen membantu penelitian menjadi lebih sistematis, lengkap, dan cermat. Alat bantu atau instrumen yang digunakan pada penelitian ini merupakan kuesioner dan juga studi kepustakaan, yang mana kedua instrumen tersebut ialah:

#### 3.3.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner dipilih guna mengetahui pendapat dari objek penelitian atau responden penelitian. Sugiyono (2016, hlm. 142) dalam bukunya menyatakan jika kuesioner adalah salah satu cara pengumpulan data yang dikerjakan melalui pembagian seperangkat pernyataan tertulis ataupun pertanyaan untuk partisipan dengan tujuan mencari jawaban. Dalam menentukan bobot penilaian angket penelitian ini akan menggunakan skala interval, dimana skala akan menyatakan

rentang jarak dari suatu pertanyaan atau item (Yuliarni dan Marhaeni, 2019, hlm. 8).

Jenis skala yang dipilih dan akan dipakai selama penelitian ini merupakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang memiliki lima tingkat jawaban terkait kesetujuan responden kepada pernyataan yang dijabarkan mengawali pilihan jawaban yang akan disediakan (Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, 2016, hlm. 145). Skala likert ini biasanya dianggap sebagai skala interval yaitu operasi yang memakai perhitungan matematika (Wu dan Leung, 2017, hlm. 527).

Pada penelitian ini skala likert yang akan peneliti digunakan merupakan skala likert empat tingkat, hal ini dilakukan dengan pertimbangan mengurangi kelemahan yang terdapat dalam skala lima tingkat, dimana pada skala lima tingkat terdapat pilihan netral yang dapat menimbulkan arti ganda dan adanya pilihan tengah ini dapat membuat responden memiliki kecenderungan untuk menjawab ke tengah, sehingga penelitian ini akan menggunakan kategori 1-2-3-4 untuk melihat kecenderungan jawaban responden, apakah kearah tidak setuju ataupun setuju, 4 poin tersebut dinyatakan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Nilai Jawaban Responden**

Pilihan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber: Wu dan Leung (2017, hlm. 528)

Tabel di atas menunjukkan bobot nilai yang akan dihitung pada jawaban responden jika pernyataan bersifat positif dengan poin tertinggi merupakan pilihan Sangat Setuju, sedangkan untuk pernyataan bersifat negatif bobot nilai akan dibuat menjadi keterbalikannya dengan bobot tertinggi terdapat pada pilihan Sangat Tidak Setuju.

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner/angket secara *online* melalui media sosial, dimulai dari facebook yang memiliki banyak grup pecinta Ikatan Cinta, lalu dengan menghubungi satu persatu pengikut yang terlihat aktif di instagram resmi Ikatan Cinta (@ikatancinta.mncp) lalu dengan meminta bantuan akun *fanbase* Ikatan Cinta di Twitter dan bergabung bersama grup telegram Ikatan Cinta, tentunya pengisian kuesioner hanya diizinkan untuk mereka yang sesuai dengan kriteria sampel dalam penelitian ini. Dikarenakan setelah melakukan penyebaran kuesioner peneliti membutuhkan waktu yang lama untuk mengumpulkan 384 responden, maka untuk mempercepat pengumpulan responden peneliti memberikan hadiah berupa uang elektronik bagi pengisi kuesioner yang beruntung, sehingga banyak sampel penelitian yang tertarik untuk mengisi.

### 3.3.2 Studi Kepustakaan

Untuk membantu penelitian, peneliti menggunakan studi kepustakaan yang mana merupakan sebuah penelitian yang dipakai untuk mengumpulkan data dan informasi secara mendalam dengan menggunakan beberapa literatur, catatan, buku, majalah, hasil penelitian sebelumnya serta referensi lainnya yang relevan guna mendapatkan jawaban serta landasan teori terkait permasalahan yang diteliti (Yaniawati, 2020, hlm. 11). Selain itu, studi kepustakaan didefinisikan pula sebagai kajian teoritis, literatur ilmiah, serta referensi-referensi yang berkaitan terhadap nilai, budaya, dan norma yang berkembang dalam situasi sosial yang diteliti (Sugiyono dalam Mirzaqon dan Purwoko, hlm. 4).

### 3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel dari penelitian yang akan dilakukan ini merupakan variabel-variabel yang akan diteliti. Diantaranya adalah variabel independen (X) yaitu terpaan sinetron “Ikatan Cinta” yang mengandung 3 sub variabel yaitu frekuensi, atensi dan durasi, serta variabel dependen (Y) merupakan perilaku konsumtif, variabel ini memuat sub variabel yaitu pembelian impulsif, pemborosan, mudah terbujuk, kepuasan, dan kesenangan. Seluruh variabel tersebut disajikan dalam tabel definisi operasional variabel di bawah:

**Tabel 3.2 Operasional Variabel X dan Y**

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel bebas (X):  Terpaan Sinetron “Ikatan Cinta”	Definisi: Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, serta atensi (Rakhmat, 2009, hlm. 66)			
	Frekuensi	Seringnya menonton	Saya rutin menonton tayangan Ikatan Cinta  Dalam seminggu saya menonton Ikatan Cinta paling tidak 3 kali atau lebih  Saya menonton Ikatan Cinta hanya di waktu senggang saja	STS (1)  TS (2)  S (3)  SS (4)
	Durasi	Berapa lama menonton	Saya menonton Ikatan Cinta dari awal sampai akhir  Saya menonton Ikatan Cinta hanya setengah penayangan  Saya menonton Ikatan Cinta hanya diawal penayangan  Saya menonton Ikatan Cinta hanya diakhir penayangan	STS (1)  TS (2)  S (3)  SS (4)
	Atensi (Ardianto & Erdiyana, 2004,	Antusiasme	Saya merasa antusias saat menonton Ikatan Cinta  Saya penasaran dengan kelanjutan cerita Ikatan Cinta	STS (1)  TS (2)  S (3)  SS (4)

	hlm. 164).		<p>Saya bisa merasakan emosi mengikuti jalan cerita Ikatan Cinta</p> <p>Saya selalu menunggu kelanjutan episode Ikatan Cinta</p> <p>Saya menghentikan aktivitas saya untuk menonton Ikatan Cinta</p>	
		Ketertarikan	<p>Saya tertarik dengan jalan cerita dalam Ikatan Cinta</p> <p>Saya tertarik pada tokoh-tokoh di Ikatan Cinta</p> <p>Saya menonton Ikatan Cinta karena saya mengidolakan pemeran Ikatan Cinta</p> <p>Saya menonton Ikatan Cinta karena tertarik dengan gaya dan cara berpakaian tokoh Ikatan Cinta</p> <p>Saya menonton Ikatan Cinta karena merasa senasib dengan pemeran utama</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>
		Sikap	<p>Saya merasa senang saat menonton Ikatan Cinta</p> <p>Saya bisa merasakan emosi yang sama seperti tokoh dalam Ikatan Cinta saat menonton</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>

			<p>Saya senang mengikuti cara berpakaian tokoh Ikatan Cinta</p> <p>Saya bangga menceritakan episode Ikatan Cinta yang tayang bersama teman-teman</p> <p>Saya dan teman-teman menjadikan Ikatan Cinta menjadi salah satu topik diskusi</p> <p>Saya ikut menangis jika tokoh Ikatan Cinta sedang mengalami kesedihan</p> <p>Saya ikut bahagia jika tokoh Ikatan Cinta sedang berbahagia</p>	
		Pemahaman	<p>Saya memahami apa yang ingin disampaikan di Ikatan Cinta</p> <p>Saya memahami jalan cerita Ikatan Cinta</p> <p>Saya memahami peran-peran dari tokoh yang ada di Ikatan Cinta</p> <p>Saya memahami konflik yang ada dalam Ikatan Cinta</p> <p>Saya paham sebagian besar alur cerita Ikatan Cinta meskipun episodenya sudah sangat panjang</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>



			Saya paham apa yang ingin disampaikan oleh penulis Ikatan Cinta	
Variabel terikat (Y): Perilaku konsumtif	Definisi: Aspek yang dapat diukur dari perilaku konsumtif adalah a) pembelian impulsif, b) pemborosan, c) mudah terbujuk, d) kepuasan, dan e) kesenangan (Anggaraini & Santhoso, 2017, hlm. 132).			
	Pembelian impulsif (Hetharie, 2012, hlm. 282).	Pembelian tanpa rencana	<p>Saya membeli barang atau pakaian yang ditayangkan dalam Ikatan Cinta</p> <p>Saya membeli sesuatu yang sebenarnya tidak saya butuhkan akibat Ikatan Cinta</p> <p>Saya membeli barang untuk mengikuti gaya hidup tokoh Ikatan Cinta</p> <p>Saya tertarik membeli apa yang diiklankan di Ikatan Cinta</p> <p>Saya membeli sesuatu yang diiklankan di Ikatan Cinta meskipun tidak membutuhkannya</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>
		Pembelian setengah tak direncanakan	<p>Saya menentukan merek apa yang akan saya beli berdasarkan apa yang ditayangkan di Ikatan Cinta</p> <p>Saya menentukan barang apa yang akan saya beli</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>

			berdasarkan apa yang ditayangkan di Ikatan Cinta  Saya semakin yakin untuk membeli sesuatu setelah melihatnya di Ikatan Cinta	
		Barang pengganti yang tak direncanakan	Saya mengubah rencana pembelian saya setelah melihat tayangan Ikatan Cinta  Saya melihat model barang atau pakaian yang ada di Ikatan Cinta sebelum membelinya  Saya memutuskan membeli barang apa yang akan saya beli setelah menonton Ikatan Cinta	STS (1) TS (2) S (3) SS (4)
	Pemborosan	Berlebihan dalam membeli atau mengeluarkan uang	Saya membeli barang baru seperti apa yang ada dalam Ikatan Cinta meskipun saya sudah memiliki barang tersebut dengan merek yang berbeda  Saya rela mengeluarkan uang lebih untuk bisa berpenampilan layaknya tokoh dalam Ikatan Cinta  Saya rela mengeluarkan uang lebih untuk bisa memiliki barang-barang yang ditampilkan di Ikatan Cinta	STS (1) TS (2) S (3) SS (4)

	Mudah terbujuk	Mudah dipengaruhi	<p>Saya mengikuti apa yang dipakai oleh tokoh di Ikatan Cinta</p> <p>Saya mengikuti apa yang dipakai oleh aktor/artis di Ikatan Cinta</p> <p>Saya membeli barang yang ditayangkan di Ikatan Cinta</p> <p>Saya membeli makanan yang ditayangkan di Ikatan Cinta</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>
	Kepuasan	Perasaan setelah membeli	<p>Saya merasa puas dengan apa yang saya beli</p> <p>Saya merasa puas membeli barang yang sama dengan yang ditayangkan di Ikatan Cinta</p> <p>Saya merasa puas setelah membeli barang yang sama dengan apa yang digunakan oleh tokoh di Ikatan Cinta</p> <p>Saya merasa puas setelah membeli barang yang sama dengan apa yang digunakan oleh aktor/artis Ikatan Cinta</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p> <p>SS (4)</p>
	Kesenangan	Perasaan setelah membeli	<p>Saya merasa senang atas apa yang saya beli</p> <p>Saya merasa senang saat membeli barang yang sama</p>	<p>STS (1)</p> <p>TS (2)</p> <p>S (3)</p>

			dengan yang ditayangkan di Ikatan Cinta	SS (4)
			Saya merasa senang saat membeli barang yang sama dengan apa yang digunakan oleh tokoh di Ikatan Cinta	
			Saya merasa senang saat membeli barang yang sama dengan apa yang digunakan oleh aktor/artis Ikatan Cinta	

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2022

### 3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

Instrumen yang telah disusun peneliti diharuskan untuk memenuhi kriteria kelayakan alat ukur yang baik, kelayakan ini mampu diukur menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas penelitian. Instrumen yang dinyatakan layak bisa dikatakan sebagai alat ukur yang baik dan tidak diragukan jika diuji pada responden. Pada penelitian ini peneliti memakai data primer, data ini dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner yang berisi pernyataan ataupun pertanyaan tertulis untuk responden. Keseriusan responden saat menjawab pertanyaan yang tersedia adalah hal yang penting pada penelitian ini, dikarenakan pengumpulan datanya sendiri menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini disusun menggunakan empat poin skala likert. Karena kebenaran suatu penelitian sosial ditentukan dari alat ukur yang dipakai, maka untuk meminimalisir kesalahan diharuskan untuk melakukan 2 tahap pengujian yaitu *test of validity* (uji validitas) serta *test of reliability* (uji kehandalan).

#### 3.5.1 Uji Validitas

Guna mengetahui valid dan sah atau tidaknya sebuah kuesioner uji validitas ini sangat diperlukan. Sekaran (2003, hlm. 311) menyatakan bahwa suatu kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan yang ada dalam instrument penelitian dapat

mengungkapkan suatu hal yang ingin dinilai oleh instrumen itu sendiri. Dalam penelitian yang akan dilakukan ini guna mengukur valid atau tidaknya kuesioner peneliti menggunakan teknik korelasi *product moment pearson colleration*, yang menjelaskan bila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  artinya item pertanyaan itu valid, tetapi jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  atau artinya item pertanyaan itu tidak valid.

Untuk mengetahui valid atau sahnya kuesioner dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas terhadap 35 responden yang merupakan penonton sinetron Ikatan Cinta dengan menggunakan derajat kebebasan (df)  $n-2$  yaitu 28 dengan nilai  $r_{tabel}$  0.361 serta signifikansi 5%. Terdapat 30 butir pertanyaan pada variable x dan 26 butir pertanyaan variable Y yang telah diuji menggunakan uji validitas, sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X**

Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Hasil
1	0.506	0.361	Valid
2	0.148	0.361	Tidak valid
3	-0.194	0.361	Tidak valid
4	0.593	0.361	Valid
5	-0.263	0.361	Tidak valid
6	-0.304	0.361	Tidak valid
7	-0.101	0.361	Tidak valid
8	0.722	0.361	Valid
9	0.562	0.361	Valid
10	0.714	0.361	Valid
11	0.723	0.361	Valid
12	0.496	0.361	Valid
13	0.648	0.361	Valid
14	0.738	0.361	Valid

15	0.559	0.361	Valid
16	0.302	0.361	Tidak valid
17	0.025	0.361	Tidak valid
18	0.777	0.361	Valid
19	0.517	0.361	Valid
20	0.354	0.361	Tidak valid
21	0.777	0.361	Valid
22	0.735	0.361	Valid
23	0.790	0.361	Valid
24	0.809	0.361	Valid
25	0.650	0.361	Valid
26	0.683	0.361	Valid
27	0.797	0.361	Valid
28	0.758	0.361	Valid
29	0.687	0.361	Valid
30	0.598	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan pada item butir pertanyaan variable X ditemukan 8 butir pertanyaan tidak valid sehingga menyisakan 22 pertanyaan valid berdasarkan perhitungan  $r_{tabel} < r_{hitung}$ . Maka item pertanyaan yang valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian pada variabel x adalah 22 pertanyaan. Item yang tidak valid akan peneliti hilangkan sebagai alat ukur penelitian, selain itu untuk keseluruhan item yang valid mencakup semua indikator pada variabel x.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Hasil
1	0.597	0.361	Valid

2	0.669	0.361	Valid
3	0.599	0.361	Valid
4	0.777	0.361	Valid
5	0.730	0.361	Valid
6	0.684	0.361	Valid
7	0.703	0.361	Valid
8	0.781	0.361	Valid
9	0.807	0.361	Valid
10	0.661	0.361	Valid
11	0.805	0.361	Valid
12	0.645	0.361	Valid
13	0.756	0.361	Valid
14	0.733	0.361	Valid
15	0.705	0.361	Valid
16	0.737	0.361	Valid
17	0.805	0.361	Valid
18	0.640	0.361	Valid
19	0.758	0.361	Valid
20	0.860	0.361	Valid
21	0.906	0.361	Valid
22	0.874	0.361	Valid
23	0.827	0.361	Valid
24	0.876	0.361	Valid
25	0.832	0.361	Valid
26	0.870	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Sedangkan hasil uji validitas pada variabel Y menunjukkan jika keseluruhan item pertanyaan sebanyak 26 butir dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian dengan keseluruhan item menunjukkan hasil  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ .

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Alat ukur sebuah kuesioner yang termasuk indikator pada konstruk atau variabel disebut dengan uji reliabilitas. Kuesioner dapat dinyatakan dapat dipercaya saat jawaban responden pada pernyataan dinilai stabil atau konsisten selama menjawab. Pada penelitian ini peneliti memakai uji reliabilitas *cronbach's alpha* yang menyatakan instrument bersifat *reliabel* jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0.6 dan jika nilai *cronbach's alpha* lebih kecil dari pada 0.6 artinya instrument bisa dinyatakan tidak *reliabel* atau tidak dapat dipercaya (Ghozali, 2016, hlm. 47).

Metode *cronbach's alpha* ini bias diukur menggunakan skala mulai dari 0 hingga 1 sebagaimana table berikut (Arikunto, 2010):

**Tabel 3.5 Kategori Cronbach's Alpha Score**

<i>Cronbach's Alpha Score</i>	<b>Interpretasi</b>
0.81 - 1	Sangat Kuat
0.61 – 0.80	Kuat
0.41 – 0.60	Cukup Kuat
0.21 – 0.40	Rendah
0.00 – 0.20	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto, 2010

Untuk melihat apakah instrument yang digunakan dalam penelitian itu *reliable* atau dapat dipercaya, peneliti melakukan uji realibilitas terhadap instrument kuesioner penelitian dan mendapatkan hasil sebagai berikut:



**Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha Score</b>	<b>Critical r</b>	<b>Hasil</b>	<b>Keterangan</b>
Terpaan Sinetron Ikatan Cinta (X)	0.898	0.81 - 1	Reliabel/ Konsisten	Sangat Kuat
Perilaku Konsumtif (Y)	0.970	0.81 - 1	Reliabel/ Konsisten	Sangat Kuat

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel terpaan sinetron Ikatan Cinta memperlihatkan nilai koefisiensi *Alpha* sebesar 0.898 dan variabel perilaku konsumtif memperlihatkan nilai koefisiensi *Alpha* sebesar 0.970. Hal tersebut menunjukkan jika kedua instrument variabel reliable atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

### 3.6 Prosedur Penelitian

Pelaksanaan penelitian “Pengaruh Terpaan Sinetron “Ikatan Cinta” Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Studi Korelasional pada Ibu Rumah Tangga di Jawa Tengah)” ini akan dimulai dari tahap perumusan masalah, melakukan *literature review*/pengkajian teori, merumuskan hipotesis dan desain penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, melaksanakan analisa serta interpretasi terhadap data yang telah diolah, selanjutnya langkah terakhir adalah pembuatan kesimpulan dan rekomendasi.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Guna menemukan jawaban dari rumusan masalah serta hipotesis penelitian, maka peneliti akan menganalisis data dengan menggunakan metode, analisis deskriptif, yaitu:

#### 3.7.1 Metode Analisis Data Deskriptif

Metode ini dipakai untuk menganalisis data dengan membuat deskripsi data atau penggambaran data yang sudah terkumpul sebagai mana adanya, tanpa adanya maksud menyimpulkannya secara umum (Sugiyono, 2012, hlm. 148). Metode ini

berfungsi untuk mengkategorikan suatu data variabel didasarkan dengan kelompoknya dari yang sebelumnya belum tertata sehingga akan mudah diinterpretasikan. Analisis data deskriptif pada penelitian ini dipakai untuk menjelaskan hasil penelitian terkait terpaan sinetron *Ikatan Cinta* terhadap perilaku konsumtif Ibu Rumah Tangga di Jawa Tengah. Guna mengetahui hal tersebut maka dilakukan kategorisasi berdasarkan perolehan data kuesioner untuk mempermudah pendeskripsian data yang diperoleh. Azwar (dalam Adimaswara et al, 2020, hlm.1) mengkategorisasikan kedalam tiga kategori yaitu rendah, moderat/ sedang, serta tinggi, sebagaimana berikut:

1. Kriteria Kategorisasi:

$M + 1SD < X$  : Tinggi

$M - 1SD < X < M + 1SD$  : Moderat/ Sedang

$X < M - 1SD$  : Rendah

Keterangan:

M : Mean

SD : Standar Deviasi

X : Skor

2. Distribusi Frekuensi

Wahab et al (2021, hlm. 42) menjelaskan agar mengubah data dari semula data variabel menjadi data ordinal menggunakan cara berikut:

- Kategori tinggi diberi nilai 3
- Kategori moderat atau sedang diberi nilai 2
- Kategori rendah diberi nilai 1

Lalu untuk menghitung persentase profil responden penelitian bisa memakai formula berikut:

$$P = f/N \times 100\%$$

Keterangan:

P : Presentase Frekuensi (%)

F : Frekuensi

N : Jumlah sampel penelitian

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji klasik ini dilakukan untuk mengui kualitas dari data penelitian. Maka dari itu, peneliti menggunakan uji asumsi klasik pada penelitian ini yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedasitas.

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji asumsi klasik yang memiliki tujuan untuk melihat data yang sudah terkumpul apakah berdistribusi normal atau belum disebut sebagai uji normalitas. Dilansir dari [statistikian.com](https://www.statistikian.com) uji normalitas yang umumnya digunakan antara lain *Kolmogorov Smirnov*, *Shapiro Wilk*, *Chi Square*, dan *Jaque Bera*<sup>1</sup>. Selain itu, uji normalitas juga berfungsi untuk mencari tahu adanya varian pengganggu ataupun residual yang berdistribusi normal dan guna menghindari terdapatnya bias pada model regresi.

Peneliti memakai pengujian *Kolmogorov Smirnov* pada penelitian ini, dikarenakan metode tersebut dinilai valid dan efektif untuk dipakai pada sampel yang berjumlah kecil dengan hipotesis:

H<sub>0</sub>: Populasi nilai variabel X dan Y berdistribusi normal

H<sub>1</sub>: Populasi nilai variabel X dan Y tidak berdistribusi normal

Serta ketentuan penerimaan hipotesis:

- Jika  $\text{sig} < \alpha (0,05)$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub>diterima

---

1 “Penjelasan tentang Uji Normalitas”, <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html?amp>

- Jika  $\text{sig} > \alpha (0,05)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk membuktikan pada model regresi adanya korelasi linear yang pasti diantara para variabel (Ghozali, 2013, hlm. 105). Pengujian ini dipakai dikarenakan dalam analisis regresi ada asumsi yang mengisyaratkan jika pada variabel independen haruslah tidak terjadi korelasi atau terbebas dari multikolinearitas. Untuk mendeteksi terdapat atau tidak terdapatnya multikolinearitas adalah dengan memperhatikan angka VIF (*Variance Inflation Factor*). Dalam pengujian nilai VIF tidak boleh lebih besar dari angka 10, dikarenakan data yang dikatakan memiliki model regresi yang baik merupakan yang nilai VIFnya lebih kecil dari 10 (Ghozali, 2013, hlm. 108).

### 3.8.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas memiliki fungsi untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance residual dalam model regresi (Ghozali, 2013, hlm. 139). Model regresi yang baik adalah regresi yang memiliki nilai variance tetap dari satu pengamatan kepada pengamatan lain. Uji Heterokedastisitas berfungsi untuk mengetahui adakah ketidaksamaan varian dari residual dalam sebuah regresi (Ayuwardani & Isroah, 2018, hlm 148). Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas akan digunakan terhadap model regresi, yaitu pada terpaan sinetron terhadap perilaku konsumtif.

## 3.9 Uji Hipotesis

### 3.9.1 Uji Korelasi

Uji korelasi dipakai guna menentukan besaran yang menyatakan kuat tidaknya hubungan antara variabel (Sekaran dalam Safitri, 2016, hlm. 23). Dalam penelitian ini uji korelasi digunakan untuk melihat hubungan antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen). Hasil analisis korelasi akan menunjukkan koefisien korelasi yang memperlihatkan besarnya hubungan diantara variabel (Budiyanto, 2017, hlm. 62).

Sugiyono (dalam Sudrajat, 2018, hlm. 29) menjelaskan tingkatan koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.7 Tingkatan Koefisien Korelasi**

0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (dalam Sudrajat, 2018, hlm. 29)

### 3.9.2 Uji Regresi Linear Berganda (ARM)

ARM atau Analisis Regresi Multiple merupakan teknik statistik yang bisa dipakai untuk memprediksi hubungan diantara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Sujarweni (2015, hlm. 160) menyatakan jika ARM dipakai guna menguji kebenaran hipotesis dalam penelitian. Dalam penelitian ini ARM dipakai untuk membuktikan pengaruh dari terpaan media terhadap perilaku konsumtif.

### 3.9.3 Uji T

Untuk melihat adanya kaitan pada hubungan sebab akibat antar variabel maka diperlukan pengujian yang dinamakan uji-t atau analisis varian (Budiwanto, 2017, hlm. 7). Tujuan pengaplikasian uji tersebut adalah untuk mendapatkan reliabilitas tes dan koefisien validitas. Pada uji-t dapat menggunakan teknik korelasi *product moment*.

### 3.9.4 Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan ini berguna untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang berada dalam model secara berbarengan (simultan) kepada variabel dependen (Sugiyono, 2012, hlm. 257). Dalam penelitian ini uji F

digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh terpaan sinetron “Ikatan Cinta” terhadap perilaku konsumtif secara simultan dan parsial.

### **3.9.5 Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi dipakai guna mengetahui besarnya variasi dari variabel terikat yang bisa dijelaskan dari variasi variabel dan sisanya yang tak bisa dijelaskan adalah bagian variasi dalam variabel lain yang tidak termasuk kedalam model (Ghozali, 2018, hlm. 179). Hasil pengujian koefisien determinasi ini ditentukan oleh angka *adjusted R<sup>2</sup>* dimana nilai dari ialah 0-1, dimana jika angka *adjusted R* mendekati 1 maka variabel independen bisa memberi hampir seluruh informasi yang diperlukan guna melakukan prediksi variabel dependen, namun sebaliknya jika angka tersebut mendekati 0 maka kemampuan variabel independen guna melakukan prediksi pada variabel dependen sangat terbatas.