

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, serta analisis data.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk mengetahui pengaruh dari variabel *parasocial interaction* (X) dan perilaku konsumtif (Y).

B. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang telah ditentukan adalah penggemar *boyband Seventeen* atau *Carat* yang tinggal di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *accidental sampling* dengan karakteristik sampel, yaitu individu yang merupakan penggemar *Seventeen* atau *Carat* yang tinggal di Kota Bandung dan gemar melakukan pembelian *merchandise unofficial* atau *official*.

Sedangkan untuk penentuan jumlah sample menggunakan rumus Lemeshow (1990), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lameshow:

$$n = \frac{z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = sampling error = 5%

Didapatkan hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 384,16 responden yang dibulatkan oleh peneliti menjadi 384 responden. Pada penelitian ini didapatkan jumlah sampel sebanyak 604 orang *Carat* di Kota Bandung.

C. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1. Variable Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang akan digunakan oleh peneliti adalah *parasocial interaction* (X), dan perilaku konsumtif (Y).

2. Definisi Konseptual

a. *Parasocial Interaction*

Menurut Stever (2013) merupakan hubungan dan respon tanpa timbal balik yang diberikan oleh individu terhadap figur media yang ada di media seakan-akan figur tersebut berada di dalam ruangan atau tempat individu berada.

b. Perilaku Konsumtif

Menurut Fromm (1995) perilaku konsumtif merupakan perilaku pembeli yang seringkali dilakukan secara terus-menerus sebagai usaha untuk mendapatkan kesenangan, meskipun sebenarnya kesenangan yang diperoleh bersifat sementara.

3. Definisi Operasional

a. *Parasocial Interaction*

Parasocial interaction dalam penelitian ini adalah hubungan dan respon yang diberikan *Carat* terhadap *Seventeen* yang muncul di media massa seakan-akan membuat *Carat* merasa *Seventeen* berada di ruangan yang sama meskipun tidak ada timbal balik dari *Seventeen* yang diukur melalui aspek *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction*.

b. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah perilaku *Carat* yang melakukan pembelian barang-barang yang berkaitan dengan

Seventeen secara berlebihan hanya untuk mendapatkan kesenangan yang diukur meliputi pembelian impulsif, pemborosan, dan tidak rasional.

D. Instrumen Penelitian

1. Instrumen *Parasocial Interaction*

a. Spesifikasi Instrumen

Untuk mengukur variable *parasocial interaction*, peneliti menyusun sendiri alat ukur berdasarkan pada teori *parasocial interaction* yang dikemukakan oleh Stever (2013) dengan tiga aspek *parasocial interaction* sebagai dimensi, yaitu *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction*. Alat ukur ini terdiri dari 20 butir pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Spesifikasi Instrumen *Parasocial Interaction*

| No | Dimensi | Indikator | No Item | Jumlah |
|----|----------------------------------|--|---------|--------|
| 1 | <i>Task Attraction</i> | Tertarik pada penampilan bakat dan kemampuan yang ditunjukkan idola di media | 3,16 | 2 |
| | | Merasa terhibur setiap melihat penampilan idola | 19,12 | 2 |
| 2 | <i>Identification Attraction</i> | Merasa memiliki kesamaan dengan idola favorit | 14,6 | 2 |
| | | Mengikuti gaya berpakaian | 11,4 | 2 |
| | | Mengikuti sikap dan perilaku | 8,20 | 2 |

| | | | | |
|---------------|----------------------------|--|--------|-----------|
| | | Mengikuti gaya hidup | 13, 10 | 2 |
| 3 | <i>Romantic Attraction</i> | Mencari informasi terbaru mengenai idola | 17,2 | 2 |
| | | Berusaha untuk bertemu dengan idola | 7, 18 | 2 |
| | | Ingin menjadikan idola sebagai pasangan | 9, 5 | 2 |
| | | Berimajinasi mengenai idola | 1,15 | 2 |
| Jumlah | | | | 20 |

b. Penyekoran

Instrumen dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert yang memiliki empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Penskoran Instrumen *Parasocial Interaction*

| Pernyataan | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 4 |
| Setuju (S) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

c. Kategorisasi skor

Kategorisasi skor yang digunakan dalam instrumen *parasocial interaction* menggunakan rumus tiga jenjang Azwar (2020). Berikut

rumus yang digunakan untuk membuat kategorisasi dalam penelitian ini:

Tabel 3. 3 Kategorisasi Skor Instrumen *Parasocial Interaction*

| Kategori | Rumus |
|----------|--|
| Rendah | $X < \mu - 0,75\sigma$ |
| Sedang | $\mu - 0,75\sigma \leq X < \mu + 0,75\sigma$ |
| Tinggi | $\mu + 0,75\sigma \leq X$ |

d. Interpretasi Skor

1. Kategori Rendah

Apabila responden mendapatkan skor yang rendah artinya responden memiliki tingkat *parasocial interaction* yang rendah yakni responden memiliki hubungan dan merespon tidak secara berlebihan ketika *Seventeen* muncul di media massa serta responden menyadari *Seventeen* tidak berada di ruangan yang sama dengan responden karena tidak adanya timbal balik dari *Seventeen*.

2. Kategori Sedang

Apabila responden mendapatkan skor yang sedang artinya responden memiliki tingkat *parasocial interaction* yang sedang, yakni responden memiliki hubungan dan merespon tidak secara berlebihan ketika *Seventeen* muncul di media massa, namun responden dapat merasa seakan-akan *Seventeen* berada di ruangan yang sama meskipun tidak ada timbal balik dari *Seventeen*.

3. Kategori Tinggi

Apabila responden mendapatkan skor yang tinggi artinya responden memiliki tingkat *parasocial interaction* yang tinggi, yakni responden memiliki hubungan erat dan selalu merespon secara berlebihan ketika *Seventeen* muncul di media massa

seakan-akan responden merasa berada di ruangan yang sama dengan *Seventeen* meskipun tidak ada timbal-balik dari *Seventeen*.

2. Instrumen Perilaku Konsumtif

a. Spesifikasi Instrumen

Untuk mengukur variabel perilaku konsumtif, peneliti menyusun sendiri alat ukur berdasarkan pada teori perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Fromm (1995) dengan tiga aspek perilaku konsumtif sebagai dimensi, yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan tidak rasional. Alat ukur ini terdiri dari 12 butir pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Spesifikasi Instrumen Perilaku Konsumtif

| No | Dimensi | No Item | Jumlah |
|---------------|--------------------|-------------|-----------|
| 1 | Pembelian Impulsif | 6, 11, 2, 9 | 4 |
| 2 | Pemborosan | 1,4,8,12 | 4 |
| 3 | Tidak Rasional | 10, 3, 7, 5 | 4 |
| Jumlah | | | 12 |

b. Penyekoran

Instrumen dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert yang memiliki empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Penskoran Instrumen Perilaku Konsumtif

| Pernyataan | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 4 |
| Setuju (S) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

c. Kategorisasi Skor

Kategorisasi skor yang digunakan dalam instrument perilaku konsumtif menggunakan rumus tiga jenjang Azwar (2020). Berikut rumus yang digunakan untuk membuat kategorisasi dalam penelitian ini:

Tabel 3. 6 Kategorisasi Instrumen Perilaku Kosumtif

| Kategori | Rumus |
|----------|--|
| Rendah | $X < \mu - 0,75\sigma$ |
| Sedang | $\mu - 0,75\sigma \leq X < \mu + 0,75\sigma$ |
| Tinggi | $\mu + 0,75\sigma \leq X$ |

d. Interpretasi Skor

1. Kategori Rendah

Apabila responden mendapatkan skor yang rendah artinya responden memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah. Responden membeli barang atau *merchandise* tidak secara berlebihan, sesuai kebutuhan, dan tidak didasari kesenangan semata.

2. Kategori Sedang

Apabila responden mendapatkan skor yang sedang artinya responden memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sedang. Responden membeli barang atau *merchandise* cenderung mengedepankan kesenangan dibandingkan kebutuhan, namun tidak berlebihan.

3. Kategori Tinggi

Apabila responden yang mendapatkan skor yang tinggi artinya responden memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Responden membeli barang atau *merchandise* secara berlebihan, tidak berdasarkan kebutuhan yang jelas dan mengedepankan kesenangan serta memuaskan hasratnya.

E. Pengembangan Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menyusun sendiri kedua instrumen penelitian. Instrumen *parasocial interaction* disusun berdasarkan teori Stever (2013), sedangkan untuk instrumen perilaku konsumtif menggunakan teori Fromm (1995). Tahap pengembangan instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) *Expert Judgement*

Expert judgement dilakukan untuk menelaah serta memeriksa padanan kata pada setiap instrumen agar mewakili setiap aspek yang akan dikur (Sumanto, 2014). Dalam proses penyusunan instrumen *parasocial interaction* dan perilaku konsumtif, peneliti meminta pendapat dan bimbingan dari dosen ahli yaitu Ibu Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd dan Ibu Diah Zaleha Wyandini, S.Psi., M.Si untuk melakukan pemeriksaan dan penilaian pada setiap item yang disusun oleh peneliti.

2) Uji Coba Instrumen

Peneliti melakukan uji coba pada instrumen *parasocial interaction* dan perilaku konsumtif. Uji coba instrumen dilakukan pada 492 responden non penelitian pada 16 Juli 2023 sampai dengan 8 Agustus 2023. Penyebaran uji coba instrument dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online pada tautan *google form*.

3) Uji Validitas

a. Instrumen *parasocial interaction*

Instrumen *parasocial interaction* memiliki 20 item dengan 2 item tersebar pada masing-masing indikator. Setelah dilakukan perhitungan statistik menggunakan bantuan *software SPSS* versi 25 diperoleh nilai korelasi item total dengan rentang 0,354 hingga 0,657 yang artinya semua item layak digunakan karena memiliki nilai lebih dari 0,30.

b. Instrumen perilaku konsumtif

Instrumen perilaku konsumtif memiliki 12 item dengan 4 item tersebar pada masing-masing dimensi. Setelah dilakukan perhitungan statistik menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25 diperoleh nilai item total statistik dengan rentang 0,611 hingga 0,764 yang artinya semua item layak digunakan karena memiliki nilai lebih dari 0,30.

4) Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, perhitungan reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan 5 kategorisasi reliabilitas berdasarkan kategorisasi Guilford (1956).

Tabel 3. 7 Kategorisasi Reliabilitas

| Kategori | Koefisien Reliabilitas |
|----------------------------|-------------------------------|
| Reliabilitas sangat tinggi | >0,80 |
| Reliabilitas tinggi | 0,60 - 0,80 |
| Cukup | 0,40 - 0,60 |
| Reliabilitas rendah | 0,20 - 0,40 |
| Reliabilitas sangat rendah | <0,20 |

Berdasarkan analisis reliabilitas pada pada kedua instrumen, didapatkan hasil koefisien reliabilitas sebesar 0,916 untuk instrumen *parasocial interaction* dan 0,931 untuk instrumen perilaku konsumtif yang bahwa kedua alat ukur memiliki reliabilitas yang sangat tinggi

Tabel 3. 8 Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Instrumen | Koefisien Reliabilitas | Kategori |
|-------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| <i>Parasocial interaction</i> | 0,916 | Sangat tinggi |
| Perilaku konsumtif | 0,931 | Sangat tinggi |

F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh dari variabel dependen terhadap variabel independen, dimana jika variabel x mengalami perubahan maka variabel y juga akan mengalami perubahan (linear). Analisis regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (arah positif atau negatif)

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) < nilai probabilitas 0,05 maka variabel *parasocial interaction* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) > nilai probabilitas 0,05 maka variabel *parasocial interaction* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.