

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik bersifat objektif dan dapat diukur melalui gejala-gejala yang terlihat adanya, kebenaran hanya ada satu dan dipelajari dengan ciri maupun teori tertentu, serta sebab dan akibat bersifat linier (Haryono, 2016, hlm. 1). Sehubungan dengan topik penelitian yang hendak memperoleh besaran pengaruh dari kesadaran sosial remaja sebagai variabel x terhadap perubahan pola konsumsi pakaian sebagai variabel y, maka pendekatan kuantitatif ini dianggap pendekatan yang sesuai untuk memperoleh hasil penelitian karena menjelaskan fenomena melalui data-data yang bersifat numerik dan dianalisis menggunakan rumus statistik.

Metode yang digunakan adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini metode kuesioner akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur berkaitan dengan topik penelitian melalui media *google form* kepada para responden. Responden atau sampel ini didapatkan dari populasi yang ada dengan menggunakan Teknik *Sample Purposive (Purposive or Judgemental Sampling)*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan seleksi khusus yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Efendi et al., 2024, hlm. 14).

Data yang didapatkan melalui kuesioner selanjutnya akan diolah secara statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 27. Kemudian hasilnya akan dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi dan memahami pengaruh variabel x, yaitu kesadaran sosial remaja, terhadap variabel y, yaitu pola konsumsi pakaian. Setelah itu, kesimpulan dapat ditarik berdasarkan hasil analisis terkait pengaruh kesadaran sosial remaja di Kota Bandung terhadap pola konsumsi pakaian *fast fashion*.

#### **3.2 Responden dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1 Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah remaja perempuan tahap akhir yang berusia 18 sampai 21 tahun yang berdomisili di Kota Bandung dan pernah membeli

produk *fast fashion* minimal dua kali dalam setahun. Alasan memilih remaja tahap akhir dikarenakan remaja tahap akhir sudah mengarah ke pengungkapan jati diri, memiliki citra fisik (penampilan) sendiri, dan telah mampu berpikir abstrak, dalam artian tingkat kedewasaannya sudah lebih matang dibandingkan remaja pada tahap lainnya. Mathes & Khan (dalam Kristanti & Psikologi, 2021, hlm. 12) berpendapat bahwa penampilan fisik yang menarik dapat menjadi potensi yang bermanfaat untuk proses interaksi sosial atau sosialisasi. Adapun alasan responden pada penelitian ini hanya difokuskan pada remaja perempuan dikarenakan merujuk pada pendapat Emslie (dalam Kristanti & Psikologi, 2021, hlm. 12), yaitu baik perempuan maupun laki-laki sesungguhnya sama-sama memperhatikan penampilan, tetapi perempuan lebih memperhatikan apapun yang berkaitan dengan fisiknya.

### **3.2.2 Lokasi**

Penelitian akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berbentuk *google form* melalui media sosial Instagram dan *WhatsApp*. Kuesioner juga dikhususkan untuk responden yang berdomisili di Kota Bandung, khususnya di Kecamatan Cidadap, Coblong, Sukajadi, dan Sukasari. Hal ini dikarenakan terdapat banyak calon responden remaja sehubungan dengan berdirinya Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS) pada daerah-daerah tersebut. Selain itu, Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat *fashion* di Indonesia. Kota ini memiliki beragam industri garmen, pabrik konveksi, dan desainer lokal yang aktif dalam menciptakan produk *fashion*.

## **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi pada penelitian ini adalah remaja perempuan tahap akhir yang berdomisili di Kota Bandung. Hal ini dikarenakan remaja tahap akhir merupakan orang-orang yang sudah memiliki preferensinya sendiri terkait minat terhadap *fashion*. Selain itu, remaja juga merupakan fase seseorang untuk mencari jati diri menuju kedewasaan, sehingga lebih banyak aspek yang diperhatikan, terutama penampilan.

Tabel 3.1 Populasi Penelitian

No.	Kecamatan	Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Sesuai Kelompok Usia	Jumlah Remaja Perempuan
1	Cidadap	10-14	2.131	6.052
		15-19	1.940	
		20-24	1.981	
2	Coblong	10-14	1.343	3.829
		15-19	1.250	
		20-24	1.236	
3	Sukajadi	10-14	4.093	11.515
		15-19	3.694	
		20-24	3.728	
4	Sukasari	10-14	3.006	8.514
		15-19	2.670	
		20-24	2.838	
<b>Total</b>				29.910

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2020

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah *Sampling Purposive (Purposive or Judgemental Sampling)*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan seleksi khusus yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Efendi et al., 2024, hlm. 14). Sampel pada penelitian ini adalah remaja perempuan akhir berusia 18 sampai 21 tahun yang berdomisili pada kecamatan tertentu di Kota Bandung dengan kriteria pernah membeli produk *fast fashion*. Dari data jumlah populasi penelitian ini, jumlah sampel penelitian akan menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(a)^2 + 1}$$

Keterangan:

n : sampel

N : populasi

a : nilai presisi 10% atau sig. = 0,1

$$n = \frac{29910}{29910(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{29910}{299,1 + 1}$$

$$n = \frac{29910}{300,1} = 99,666 \approx 100$$

Jumlah remaja perempuan di Kota Bandung berdasarkan data populasi sebelumnya berjumlah 29.910 jiwa. Merujuk pada penarikan sampel menggunakan Rumus Slovin dengan nilai presisi sebesar 10%, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 100 sampel.

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

No.	Kecamatan	Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Sesuai Kelompok Usia	Jumlah Remaja Perempuan	Rasio Sampel
1	Cidadap	10-14	2.131	6.052	20
		15-19	1.940		
		20-24	1.981		
2	Coblong	10-14	1.343	3.829	13
		15-19	1.250		
		20-24	1.236		
3	Sukajadi	10-14	4.093	11.515	39
		15-19	3.694		
		20-24	3.728		
4	Sukasari	10-14	3.006	8.514	28
		15-19	2.670		
		20-24	2.838		
<b>Total</b>				29.910	100

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan operasionalisasi variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Definisi ini akan menjadi ukuran atau batasan peneliti dalam mengukur sebuah konsep abstrak, sehingga dapat diukur secara empiris.

### 3.4.1 Variabel Independen

Kesadaran sosial remaja: Variabel ini mengacu pada kesadaran remaja terkait dampak yang ditimbulkan dari tren *fast fashion* yang meliputi aspek empati, kecermatan empati, penyalarsan, dan pengetahuan sosial.

### 3.4.2 Variabel Dependen

Pola konsumsi pakaian: Variabel ini mencerminkan pola konsumsi pakaian *fast fashion* oleh remaja yang meliputi aspek tujuan dari remaja itu sendiri, sumber daya, preferensi, dan lembaga sosial.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang akan digunakan peneliti dalam memperoleh data yang hendak didapatkan dan selanjutnya akan dianalisis. Sebagai alat yang berperan penting dalam memperoleh data, maka instrumen penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner melalui *google form*. Kuesioner tersebut akan berisi sejumlah pertanyaan tertutup yang dirancang sedemikian rupa untuk menjawab variabel-variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert ini untuk mengukur pandangan dan sikap dari responden terkait fenomena sosial yang ada, yakni tren *fast fashion*.

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	Skala Ukuran
Kesadaran Sosial Remaja (X)	Pengetahuan Sosial	Konsumen memahami keadaan sosial yang sedang terjadi, yaitu dampak tren <i>fast fashion</i>	1, 15, 16	Skala Likert
	Empati Dasar	Empati konsumen terhadap dampak negatif tren <i>fast fashion</i>	17, 18, 19	Skala Likert
	Kecermatan Empati	Perasaan yang lebih mendalam yang dirasakan oleh konsumen terhadap dampak yang ditimbulkan oleh tren <i>fast fashion</i>	22, 23, 24	Skala Likert

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	Skala Ukuran
	Penyelarasan	Kemampuan konsumen dalam merasakan secara nyata dampak yang ditimbulkan dari tren <i>fast fashion</i> , sehingga dapat menyesuaikan diri terkait solusi yang dianggap terbaik	25, 26, 27, 28, 29, 30	Skala Likert
Pola Konsumsi Pakaian (Y)	Aktor	Tujuan yang hendak dicapai oleh konsumen setelah mengetahui dampak tren <i>fast fashion</i>	2, 3, 4, 5, 6	Skala Likert
	Sumber Daya	Kemampuan konsumen dalam membeli dan ketersediaan produk <i>fast fashion</i>	7, 8, 9	Skala Likert
	Preferensi	Pandangan yang dianut oleh konsumen terkait pembelian produk <i>fast fashion</i>	10, 11, 12, 13, 14	Skala Likert
	Lembaga Sosial	Pengaruh persepsi atau aturan yang hadir dari lembaga-lembaga sosial yang ada	20, 21	Skala Likert

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Alat ukur pada penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.4 Rincian Penilaian Alat Ukur

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

Sumber: Rabhani et al (2020)

Pengkategorian berdasarkan jumlah skor yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel pada penelitian ini disajikan dengan menggunakan metode tiga kotak (*three box method*) berdasarkan perhitungan rumus berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{(\sum f_1x_1) + (\sum f_2x_2) + (\sum f_3x_3) + (\sum f_4x_4)}{4}$$

Keterangan:

$\Sigma f_1$  : Frekuensi responden yang menjawab STS

$\Sigma f_2$  : Frekuensi responden yang menjawab TS

$\Sigma f_3$  : Frekuensi responden yang menjawab S

$\Sigma f_4$  : Frekuensi responden yang menjawab SS

Pengkategorian skor ditentukan berdasarkan rentang skala yang diperoleh melalui perhitungan berikut:

Batas atas rentang skor :  $100 \times 4 / 4 = 100$

Batas bawah rentang skor :  $100 \times 1 / 4 = 25$

Metode tiga kotak :  $100 - 25 / 3 = 25$

Tabel 3.5 Rentang Skala Variabel

No	Skala	Kategori
1	25 - 50	Rendah
2	51 - 75	Sedang
3	76 - 100	Tinggi

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

### 3.6 Proses Pengembangan Instrumen

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kendala suatu alat ukur. Dalam penelitian ini untuk mengukur validitas dari suatu instrumen digunakan formulasi berupa korelasi *Product Moment* yakni:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma(X)^2)(n\Sigma(Y)^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi *Product Moment*

n : Jumlah sampel

$\Sigma X$  : Jumlah variabel bebas

$\Sigma Y$  : Jumlah variabel terikat

Setelah memperoleh nilai koefisien korelasi *Product Moment*, selanjutnya adalah melakukan uji signifikansi untuk menentukan hubungan antara variabel X dan Y. Uji signifikansi dapat dilakukan dengan rumus berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{n\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- $t \text{ hitung}$  : Koefisien korelasi *Product Moment*
- $r$  : Nilai koefisien korelasi
- $n$  : Jumlah sampel

Hasil  $t \text{ hitung}$  akan diuji dengan acuan nilai  $t \text{ tabel}$  untuk tingkat signifikansi 0,1 dan dengan derajat kebebasan ( $df = n-2$ ), dimana  $n$  merupakan jumlah sampel. Dari perbandingan ini, apabila nilai  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat hubungan positif yang nyata (signifikan) antara dua variabel yang dikorelasikan. Sebaliknya, apabila nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat hubungan positif yang nyata (signifikan) antara dua variabel yang dikorelasikan. Berikut hasil dari uji validitas dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment* melalui perangkat lunak IBM SPSS 27, yaitu:

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kesadaran Sosial Tren *Fast Fashion*)

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,510	0,306	Valid
15	0,704	0,306	Valid
16	0,666	0,306	Valid
17	0,545	0,306	Valid
18	0,632	0,306	Valid
19	0,373	0,306	Valid
22	0,585	0,306	Valid
23	0,457	0,306	Valid
24	0,218	0,306	Tidak Valid
25	0,506	0,306	Valid
26	0,452	0,306	Valid
27	0,684	0,306	Valid
28	0,578	0,306	Valid
29	0,633	0,306	Valid
30	0,343	0,306	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 27, 2024

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pola Konsumsi Pakaian)

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
2	0,270	0,306	Tidak Valid
3	0,544	0,306	Valid
4	0,665	0,306	Valid
5	0,627	0,306	Valid
6	0,654	0,306	Valid
7	0,378	0,306	Valid
8	0,350	0,306	Valid
9	0,619	0,306	Valid
10	0,624	0,306	Valid
11	0,661	0,306	Valid
12	0,364	0,306	Valid
13	0,689	0,306	Valid
14	0,572	0,306	Valid
20	0,357	0,306	Valid
21	0,343	0,306	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 27, 2024

Hasil uji validitas, mengemukakan bahwa terdapat satu item tidak valid dari masing-masing variabel. Berdasarkan pertimbangan peneliti bahwa item tidak valid sudah terwakili oleh item yang valid, maka item yang tidak valid tersebut akan dihapus dari kuesioner, sehingga jumlah item yang akan digunakan pada kuesioner sebanyak 28 item.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki kegunaan untuk mengukur konsistensi dari instrumen penelitian. Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  : reliabilitas instrumen

$k$  : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  : jumlah varian butir/item

$V_t^2$  : varian total

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6 (Fajriani et al., 2023, hlm. 39).

Tabel 3.8 Reliabilitas Cronbach Alpha

No.	Koefisien Reliabilitas	Kategori
1	0,800-1,000	Sangat Kuat
2	0,600-0,799	Kuat
3	0,400-0,599	Sedang
4	0,200-0,399	Rendah
5	0-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2017)

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 27 dan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,902. Nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.902	30

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 27, 2024

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Penyebaran Kuesioner

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *google form* secara online kepada calon sampel yang sesuai karakteristik. Dewi dan Sudaryanto (dalam Amalia et al., 2022, hlm. 10) mengatakan bahwa kuesioner sendiri merupakan sebuah instrumen berisi pertanyaan untuk mengukur persoalan yang diteliti dan mendapatkan informasi.

#### 3.7.2 Studi Literatur

Penelitian ini juga melakukan pengumpulan data melalui studi literatur. Teknik ini dilakukan dengan cara memperoleh data penelitian yang berasal dari hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah, buku, dan kajian lainnya yang relevan (Nawir et al., 2023, hlm. 20).

### **3.7.3 Prosedur Statistik**

Prosedur ini digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam bentuk angka. Pada penelitian ini, data yang terkumpul diolah dengan menggunakan software IBM SPSS versi 27. Dari beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan, peneliti berharap dapat menyajikan data yang valid dan dapat menjawab pertanyaan dari penelitian ini.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Sebelum mendistribusikan instrumen pada responden, peneliti akan melakukan uji untuk membuktikan validitas, reliabilitas, dan kelayakan instrumen. Pengujian tersebut akan menggunakan teknik analisis data statistik inferensial yang memaparkan data sekaligus analisis hasil data sampel yang kemudian digeneralisasikan pada populasi. Lebih dalam lagi, teknik ini mengambil analisis korelasi parametrik, yaitu mencari hubungan antara variabel x (Kesadaran Sosial Remaja) dan y (Pola Konsumsi Pakaian) dari data yang berdistribusi normal.