

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini, akan dibahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup pembahasan mengenai desain penelitian, kelompok populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi konseptual dan definisi operasional, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta teknik analisis data.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yakni mencari tahu apakah ada hubungan antara relasi parasosial (X1) dan kontrol diri (X2) terhadap *repurchase intention* (Y) pada pemain Genshin Impact dewasa awal dalam melakukan *top up*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan desain studi korelasional.

B. Partisipan Penelitian

Kriteria partisipan dalam penelitian yang dilakukan ialah antara lain:

1. Bermain Genshin Impact dan sering melakukan *top up* di *Genshin Impact*.
2. Sering menyaksikan konten *Genshin Impact* di sosial media.
3. Berusia 18-25 tahun.

a. Populasi dan Sampel

a) Populasi penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu pemain *game* Genshin yang berusia 18-25 tahun atau dalam fase dewasa awal yang pernah melakukan *top up* di Genshin lebih dari sekali dan secara repetitif.

b) Sampel Penelitian

Sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah *player Genshin Impact* dewasa awal yang melakukan *Top Up*. Dikarenakan peneliti tidak mengetahui jumlah pasti dari sampel yang tersebar luas, maka peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap anggota dalam populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2018). Rumus untuk menentukan jumlah sampel

Nabilah Putri Arisa, 2024

HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

apabila populasi tidak diketahui adalah dengan menggunakan rumus Lemeshow (1997), adapun rumus Lemeshow (1997) ialah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- z = Nilai standart = 1.96
- p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5
- d = alpha (0.05) atau sampling error = 5%

Maka dari itu jumlah sampel untuk penelitian yang dilakukan ini ialah 384 orang melalui perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 0.5(1-0.5)}{0.05}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025}$$

$$n = 384,16$$

Hasil dari data responden yang terkumpul ialah sebanyak 650 responden. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan *Google Form* serta disebar melalui media sosial seperti *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, *BlueSky*, dan *Telegram*. Data demografis dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, gaji atau uang saku perbulan, frekuensi *top up*, bekerja atau tidak, serta pengeluaran *top up*.

Tabel 3. 1 Demografis Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	317	48.77%

Perempuan	333	51.23%
Total	650	100%
Usia		
18	89	13.69%
19	75	11.54%
20	69	10.62%
21	92	14.15%
22	82	12.62%
23	88	13.54%
24	78	12%
25	77	11.85%
Total	650	100%
Gaji atau Uang Saku		
Rp 0 – Rp 500.000	166	25.54%
Rp 500.001 – Rp 1.000.000	120	18.46%
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	77	11.85%
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	84	12.92%
Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	71	10.92%
Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000	42	6.46%
Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000	49	7.54%

>Rp 5.000.000	41	6.31%
Total	650	100%
Frekuensi Top Up		
<i>Per-banner</i>	56	8.62%
Perbulan	282	43.38%
<i>Per-patch</i>	122	18.77%
<i>Per-banner, Per-patch</i>	12	1.85%
Perbulan, <i>Per-banner</i>	13	2%
Perbulan, <i>Per-patch</i>	17	18.77%
Perbulan, <i>Per-banner, Per-patch</i>	2	0.31%
Karakter	69	10.62%
Tergantung Situasi	65	10%
< 3 Minggu	2	0.31%
>2 Bulan	10	1.54%
Total	650	100%
Bekerja/Paid Internship		
Tidak	374	57.54%
Ya	276	42.46%
Total	650	100%
Pengeluaran Top Up		
Rp 15.000 – Rp 81.000	281	43.23%
Rp 81.001 – Rp 230.000	248	38.15%
Rp 230.001 – Rp 441.000	66	10.15%
Rp 441.001 – Rp	31	4.77%

Nabilah Putri Arisa, 2024

HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

735.000		
Rp 735.001 – Rp 1.500.000	18	2.77%
>Rp 1.500.000	6	0.92%
Total	650	100%
Hubungan		
Pacar/Waifu/Husbando	426	65.54%
Teman/Bestie	224	34.46%
Total	650	100%

Berdasarkan tabel 3.1 Responden dalam penelitian ini hampir memiliki jumlah yang seimbang. Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 312 responden (48.77%) sementara responden berjenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 333 responden (51.23%). Jumlah responden tertinggi terdapat pada usia 21 tahun yang berjumlah 92 responden (14.15%) sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada usia 20 tahun yang berjumlah 69 responden (10.62%). Jumlah responden tertinggi terdapat pada gaji atau uang saku sebesar Rp 0 – Rp 500.000 sebanyak 166 responden (25.54%) lalu jumlah responden yang paling sedikit terdapat pada gaji atau uang saku sebesar >Rp 5.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 41 responden (6.31%). Frekuensi *top up* yang terbanyak yakni terdapat pada Perbulan dengan jumlah 282 responden (43.38%), kemudian frekuensi dengan jumlah responden paling sedikit ialah Perbulan, Perbanner, Per-patch dan < 3 Minggu dengan sama-sama memiliki 2 responden (0.31%). Responden sedang tidak bekerja atau mengikuti *paid internship* dengan jumlah 374 responden (57.54%) lebih banyak dari yang bekerja atau mengikuti *paid internship* berjumlah 276 responden (42.46%). Jumlah responden terbanyak dalam pengeluaran *top up* terdapat pada rentang Rp 15.000 – Rp 81.000 dengan sebanyak

281 responden (43.23%) lalu jumlah responden terkecil terdapat pada rentang >Rp 1.500.000 dengan sebanyak 6 responden (0.92%). Hubungan yang responden miliki dengan karakter di *Genshin Impact* mayoritas sebagai Pacar/Waifu/Husbando dengan jumlah 426 responden (65.54%) sedangkan yang memiliki hubungan Teman/Bestie terhadap karakter sebanyak 224 responden (34.36%).

b. Variabel Penelitian

a) Relasi Parasosial

1. Definisi Konseptual

Menurut Tukachinsky (2010) relasi parasosial adalah hubungan imajinasi penonton terhadap media. Parasocial Relationship dapat bervariasi dari rekan hingga cinta.

2. Definisi Operasional

Relasi parasosial adalah hubungan sepihak antara seorang individu dengan karakter media. Dalam konteks ini, merupakan hubungan imajinasi sepihak antara karakter *game Genshin Impact* terhadap pemain *Genshin Impact*. Pemain *Genshin Impact* yang memiliki relasi parasosial dengan karakter *Genshin Impact* merasa seolah mereka mengenal karakter tersebut secara pribadi dan memiliki hubungan yang mendalam meskipun interaksi yang mereka miliki bersifat sepihak.

b) *Repurchase Intention*

1. Definisi Konseptual

Menurut Hawkins et al. (2001) pembelian ulang terjadi dikarenakan adanya kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, sehingga akan membeli pada suatu perusahaan yang sama.

2. Definisi Operasional

Keinginan untuk melakukan pembelian berulang oleh individu setelah merasakan kepuasan dalam membeli atau menggunakan jasa sebelumnya. Dalam konteks ini, *repurchase intention* mengacu pada kecenderungan atau niat Pemain *Genshin Impact* untuk melakukan pembelian ulang setelah

mengalami pengalaman dalam melakukan *top up* untuk *gacha* sebelumnya.

c) Kontrol Diri

1. Definisi Konseptual

Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk memonitor dan meregulasi pemikiran dan tindakan dalam berbelanja sesuai dengan standar dirinya (Haws et al, 2011).

2. Definisi Operasional

Kemampuan individu untuk mengendalikan keinginan dan dorongan demi maencapai tujuan jangka panjang meskipun terdapat godaan atau dorongan yang bertentangan dengan tujuan tersebut. Dalam konteks ini, mengacu pada kemampuan pemain *Genshin Impact* untuk menahan diri atau perilaku impulsif seperti tidak melakukan *top up* untuk melakukan *gacha* secara impulsif.

C. Instrumen Penelitian

Terdapat tiga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen tersebut merupakan:

a) *Multiple Parasocial Relationship Scale*

1. Spesifikasi Instrumen

Instrumen penelitian yang akan digunakan pada variabel relasi parasosial adalah *Multiple Parasocial Relationship Scale* yang dikembangkan oleh Riva Tukachinsky pada tahun 2010 lalu yang kemudian diterjemahkan oleh peneliti kemudian dilakukan *expert judgement*. Setelah diterjemahkan, peneliti melakukan *try out* pada alat ukur, reliabilitas instrument alat ukur yang didapatkan sebesar .952 yang berarti alat ukur dapat digunakan menjadi alat ukur skripsi. Terdiri dari 24 item berdasarkan pengukuran atraksi fisik, kedekatan, persahabatan, kepercayaan, solidaritas, dan cinta romansa yang kemudian disesuaikan agar bisa digunakan sebagai referensi ke figure media (Tukachinsky, 2010). Skala ini menggunakan skala *likert* dengan skala nomor 5 lebih besar nilainya dibanding skala 1.

Tabel 3. 2 Instrumen *Multiple Parasocial Relationship Scale*

No	Aspek	Item		Jumlah
		Fav	Unfav	
1	PSF – <i>Communication</i>	1,2,3,4,5,6		6
2	PSL – <i>Physical Attraction</i>	7,8,9,10		4
3	PSL – <i>Emotional Response</i>	11,12,13,14,15,16,17		7
4	PSF – <i>Support</i>	18,19,20,21,22,23,24		7

Tabel 3. 3 Kategorisasi Instrumen *Multiple Parasocial Relationship Scale*

Item Pernyataan	Bobot Skor				
	SS	S	N	TS	STS
Favorable	5	4	3	2	1

2. Kategorisasi Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua kategorisasi menurut Azwar (2012) yakni:

Tabel 3. 4 Kategorisasi *Perhitungan Instrumen Multiple Parasocial Relationship Scale*

Kategorisasi	Perhitungan	
Rendah	$X < \mu$	$X < 94.73$
Tinggi	$X \geq \mu$	$X \geq 94.73$

b) *Costumer Spending Self Control*

1. Spesifikasi Instrumen

Instrumen penelitian variabel kontrol diri akan menggunakan *Costumer Spending Self-Control* yang disusun oleh Haws, Bearden, dan Nenkov (2011) yang berpatokan kepada teori Baumeister. Setelah

diterjemahkan serta diadaptasi oleh peneliti kemudian dilakukan *expert judgement*, reliabilitas instrument alat ukur sebesar .814 yang berarti alat ukur dapat digunakan menjadi alat ukur skripsi. Instrumen ini memiliki 3 dimensi dengan total 10 item. Instrumen ini menggunakan skala likert dengan 7 jawaban yakni SS (Sangat Setuju), S (Setuju), CS (Cukup Setuju), N (Netral), CTS (Cukup Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

Tabel 3. 5 Instrumen *Costumer Spending Self Control*

Dimensi	Item		Jumlah Item
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Monitoring</i>	1,5,7,10		4
<i>Self-Regulation</i>	3,4,6,8		4
<i>Having Clear Standart</i>	2,9		2

Tabel 3. 6 Kategorisasi Instrumen *Costumer Spending Self-Control*

Item Pernyataan	Bobot Skor						
	SS	S	CS	N	CTS	TS	STS
Favorable	7	6	5	4	3	2	1

2. Kategorisasi Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua kategorisasi menurut Azwar (2012) yakni:

Tabel 3. 7 Kategorisasi Perhitungan Instrumen *Costumer Spending Self-Control*

Kategorisasi	Perhitungan	
Rendah	$X < \mu$	$X < 59.33$
Tinggi	$X \geq \mu$	$X \geq 59.33$

c) *Repurchase Intention*

Nabilah Putri Arisa, 2024

HUBUNGAN RELASI PARASOSIAL SERTA KONTROL DIRI TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PEMAIN GENSHIN IMPACT DEWASA AWAL DALAM MELAKUKAN TOP UP Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Spesifikasi Instrumen

Instrumen penelitian yang akan digunakan pada variabel *repurchase intention* pada penelitian ini adalah instrument yang disusun menggunakan Teori Hawkins et al. (2021) oleh Triya Widia Ningsih pada tahun 2020 yang kemudian diadaptasi oleh peneliti. Setelah diadaptasi oleh peneliti, dilakukan *try out* sehingga mendapatkan reliabilitas instrument alat ukur sebesar .801 yang berarti alat ukur dapat digunakan menjadi alat ukur skripsi. Instrumen ini memiliki 3 dimensi dengan total 9 item. Instrumen ini menggunakan skala likert dengan 4 jawaban yakni SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai) dengan skala nomor 4 lebih besar dibanding skala 1. Jawaban tersebut memiliki bobot skor masing-masing seperti pada instrument berikut:

Tabel 3. 8 Instrumen *Repurchase Intention*

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

Tabel 3. 9 Kategorisasi Instrumen *Repurchase Intention*

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

2. Kategorisasi Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua kategorisasi menurut Azwar (2012) yakni:

Tabel 3. 10 Kategorisasi Pengukuran Instrumen *Repurchase Intention*

Kategorisasi	Perhitungan	
Rendah	$X < \mu$	$X < 23.47$
Tinggi	$X \geq \mu$	$X \geq 23.47$

D. Prosedur Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan dengan tahapan-tahapan berikut :

1. Tahap Persiapan

Peneliti merumuskan masalah dan fenomena mengenai variabel relasi parasosial, *repurchase intention*, dan kontrol diri. Peneliti juga melakukan proses wawancara untuk mengumpulkan data lebih mendalam yang dapat membantu untuk kebutuhan penelitian lebih lanjut. Kemudian, peneliti mencari teori beserta alat ukur untuk digunakan dalam penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Peneliti melakukan proses adaptasi serta terjemahan terhadap alat ukur MPRS dan CSSC, lalu memodifikasi alat ukur *repurchase intention* agar sesuai dengan subjek penelitian. Selanjutnya, peneliti menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data kepada responden yang sesuai dengan kriteria yakni individu yang berumur 18-25 tahun yang sering melakukan *top up* di *Genshin Impact* dan sering mengakses konten *Genshin Impact* di media sosial.

3. Tahap Pengolahan data

Peneliti pada tahap ini melakukan pengolahan terhadap data yang telah dikumpulkan dengan menguji hipotesis menggunakan SPSS 27.

- 1) Peneliti melakukan penyekoran terhadap hasil data responden di tiga alat ukur.
- 2) Peneliti melakukan uji normalitas, linearitas, dan multikolinearitas.
- 3) Peneliti melakukan uji korelasi untuk H0 dan H1.
- 4) Peneliti melakukan uji regresi analisis sederhana untuk mengetahui besar pengaruh besar X1 dan X2 terhadap Y.

4. Tahap Akhir

Pada tahap terakhir, peneliti akan menulis pembahasan serta analisa dari hasil data yang telah diolah dalam bentuk deskripsi serta menjelaskan temuan serta interpretasi dari teori yang telah didapat.

E. Uji Asumsi Klasik

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis korelasi *pearson* dan *spearman* untuk mengetahui korelasi antara hubungan relasi parasosial dan kontrol diri dengan *repurchase intention* pemain *Genshin Impact* yang melakukan *top up*. Analisis data ini dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS 27 for windows. Data diuji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-smirnof* untuk melihat apakah data yang didapatkan normal atau tidak.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji statistik untuk menilai apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dikarenakan data penelitian ini lebih dari 50. Nilai yang diterima untuk melihat apakah distribusinya normal atau tidak dilihat dari signifikan, apabila nilai lebih besar dari 0.05 maka data berdistribusi normal jika tidak maka data tidak terdistribusi dengan normal. Berikut ini merupakan hasil uji normalitas menggunakan SPSS Versi 27:

Tabel 4.3. 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Relasi Parasosial (X1) – <i>Repurchase Intention</i> (Y)	.067
	Kontrol Diri (X2) – <i>Repurchase Intention</i> (Y)	<.001

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa hasil uji normalitas Relasi Parasosial (X1) dengan *Repurchase Intention* (Y) memiliki signifikansi .067 menunjukkan nilai lebih besar daripada >0.05 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Kemudian, pada hasil uji normalitas Kontrol Diri (X1) dengan *Repurchase Intention* (Y) memiliki signifikansi $<.001$ menunjukkan bahwa nilai lebih kecil daripada $<.05$, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi tidak normal.

2) Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linear antara variabel dependen dengan variabel independen yang akan diuji. Syarat diterima dalam uji linearitas dalam regresi linear berganda adalah jika *Sig.Deviation Linearity* >0.05 maka terdapat hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen, sebaliknya apabila *Sig.Deviation Linearity* <0.05 maka tidak terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji linearitas menggunakan SPSS Versi 27:

Tabel 4.3. 2 Uji Linearitas

Variabel	Sig. (<i>Deviation Linearity</i>)
Relasi parasosial(X1) – <i>Repurchase Intention</i> (Y)	.756
Kontrol diri (X2) – <i>Repurchase Intention</i> (Y)	.703

Berdasarkan hasil yang diuji diatas, dapat dilihat terdapat beberapa hasil. Pada hubungan variabel X1 dan variabel Y terdapat hubungan signifikan sebesar 0.756, yang berarti terdapat hubungan linear antara X1 dan Y. Lalu, dilihat dari Variabel X2 dan Y memiliki hubungan signifikan sebesar 0.703 yang berarti terdapat hubungan linear antara X2

dan Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan terdapat hubungan linear antara variabel independen dan dependen.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan apabila terdapat dua data atau lebih. Syarat untuk memenuhi hasil dari uji multikolinearitas adalah apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari >0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari <10.00 maka artinya tidak terjadi hasil multikolinearitas. Berikut ini merupakan hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS Versi 27.

Tabel 4.3. 3 Uji Multikolinearitas

Coefficients								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.075	1.552		10.358	.000		
	PARSOS	.079	.010	.295	7.839	.000	.995	1.005
	CONTROL	-.002	.022	-.004	-.095	.924	.995	1.005

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, nilai *Tolerance* memiliki signifikansi sebesar $0.995 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.005 < 10.00$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara dua variabel independen.