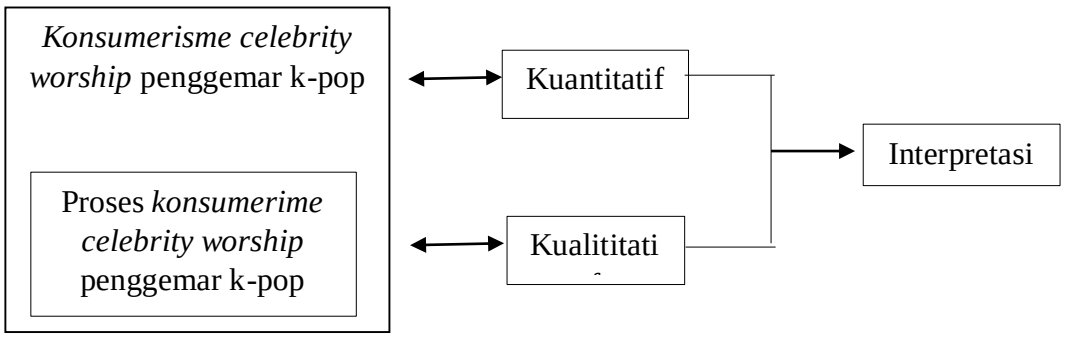
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Design Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method* atau penelitian campuran. Penelitian *mixed method* adalah penelitian yang menggabungkan penelitian kuntitatif dan kualitatif (Creswell, 2010, hlm 5). Penelitian ini memilih menggunakan *mixed method* karena memiliki dua data yaitu data kuantitatif dan kualitatif, dengan adanya dua data tersebut maka membuat pemahaman permasalahan penelitian menjadi lebih komprehensif, valid, dapat dipercaya, dan obyektif. Sehingga data mengenai perilaku konsumtif pada penelitian kuantitatif dapat diperkuat dengan alasan narasumber melalui penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini strategi yang digunakan adalah *convergent parallel*, yaitu strategi yang sama-sama mengumpulkan data kuantitatif dan kualititatif dalam waktu yang bersamaan. Dalam strategi ini terdapat metode utama yang memandu penelitian dan data sekunder yang memiliki peran pendukung dalam setiap prosedur penelitian. Berikut merupakan model design *convergent parallel*:



Gambar 3.1: Rancangan Metode Embedded Mixed Method

Gambar 3.1 memperlihatkan bahwa data kuantitatif dan kualitatif diperoleh secara bersamaan untuk menginterprestasikan hasil yang didapat melalui sumber yang sama. Data kualitatif dihasilkan secara langsung melalui kuesioner yang disebarkan pada partisipan remaja penggemar k-pop. Data kualitatif juga dihasilkan dari jawaban remaja penggemar k-pop yaitu mengenai alasan dari menjawab data kuantitatif.

3.2. Lokasi dan Subjek Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandung, karena Bandung merupakan salah satu kota dengan jumlah terbanyak penggemar k-pop di Indonesia. Selain itu, di Bandung juga terdapat banyak komunitas penggemar k-pop, store k-pop stuff untuk para penggemar k-pop. Penelitian dilakukan secara *online* yaitu melalui media sosial. Kuesioner akan disebarkan melalui *applikasi whatsApp*, *twitter*, *line* dan *instagram*. Pada responden remaja perempuan penggemar k-pop.

3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini ialah remaja perempuan penggemar k-pop yang bertempat tinggal di kota Bandung sebanyak 312.080 orang berdasarkan data BPS Kota Bandung tahun 2020. Remaja perempuan yang menjadi penggemar k-pop dikelompokan berdasarkan usia, pekerjaan, dan jumlah pengeluaran perbulan dalam membelanjakan produk k-pop untuk mengetahui pengaruh *celebrity worship* terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar k-pop serta dampak yang ditimbulkan bagi pelakunya.

a. Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah keseluruhan subyek penelitian. Menurut Creswell (2015, hlm. 218) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah keseluruhan dari objek ataupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu. Pupulasi dalam penelitian ini yaitu remaja perempuan di kota Bandung berjumlah 312.080 data tersebut di dapatkan dari data Badan Pusat Statistik Kota Bandung tahun 2020 yaitu di usia 10-24 tahun.

b. Sampel Penelitian

Pengambilan sampel merupakan suatu proses pemilihan dan penentuan jenis sampel serta perhitungan besarnya sampel yang akan menjadi subjek atau objek penelitian (Sukamdinata, 2007, hlm. 252). Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive* yaitu dengan memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu berjdasarkan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini antara lain:

a. Jenis kelamin perempuan
b. Usia 10-24 tahun

c. Penggemar K-Pop

d. Tempat tinggal di Bandung

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan peluang kesalahan 5%, yaitu:

$$s = \frac{\lambda^2 . N . P . Q}{d^2 (N - 1) + \lambda . P . Q}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

λ^2 = taraf kesalahan

N = jumlah populasi

d = perbedaan antara rerata sampel dengan rerata populasi

P = Proporsi peluang benar (0,5)

Q = Proporsi peluang salah (0,5)

Berikut perhitungan dari sampel penelitian ini:

$$s = \frac{\lambda^2 . N . P . Q}{d^2 (N - 1) + \lambda . P . Q}$$

$$= \frac{2{,}706 . 312.080 . 0{,}5 . 0{,}5}{0{,}05^2 (312.080 - 1) + 2{,}706 . 0{,}5 . 0{,}5}$$

$$= \frac{211.112{,}12}{777{,}7 + 0{,}6765}$$

$$= \frac{211.112{,}12}{778.3765}$$

= 271,221 (dibulatkan menjadi 271)

Hasil perhitungan rumus Isaac dan Michael dapat ditentukan jumlah sampel yaitu sebanyak 271 sampel. Namun, peneliti akan menggunakan sebanyak 280 sampel hal tersebut dikarenakan agar data yang diperoleh mudah dibaca. Sampel dalam penelitian ini yaitu remaja perempuan penggemar k-pop sesuai dengan kriteria responden yang telah dipaparkan.

3.3. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini, menggunakan tiga variabel penelitian diantaranya variabel bebas dan variabel terikat yaitu sebagai berikut:

a. Variabel bebas dapat disbeut sebagai variabel independen (variabel X). Variabel X yaitu variabel yang diprediksi dapat memberikan pengaruh atau dampak pada sebuah hasil penelitian karena memberikan stimulus pada variabel dependen.
b. Varibel terikat atau variabel dependen (variabel Y) merupakan variabel akibat yang dipengaruhi oleh variabel independen.

   Dalam penelitian ini, berikut masing-masing dari variabel bebas dan variabel terikat:

   Variabel bebas (X) : *Celebrity Worship*

   Variabel terikat (Y) : *Perilaku Konsumtif*

3.3.1. Definisi Operasional Variabel

a. *Celebrity Worship* (X)

Kecintaan pada idola yang diberikan oleh penggemar, inilah yang disebut dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih selebriti yang sangat disukai oleh penggemar sehingga penggemar seakan-akan tidak dapat terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut. *Celebrity worship* merupakan perilaku obsesif yang dialami oleh penggemar terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan artis atau selebriti idola mereka yang menyebabkan sebuah hubungan satu arah dari penggemar terhadap idola (hubungan parasosial).

b. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam membeli produk barang maupun jasa secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan. Dalam perilaku konsumtif seseorang biasanya mengedepankan keinginan dan mengesampingkan kegunaan dari barang yang akan dibelinya. Sehingga (Triyaningsih, 2011, hlm. 174) mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku atau kebiasaan yang identik dengan menghambur-hamburkan uang untuk membeli barang-barang yang kurang bermanfaat.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Kuesioner / Angket

Kuesioner yang akan dibagikan ke responden dibuat sendiri oleh peneliti dengan mengembangkan beberapa dimensi dan indikator untuk memudahkan mendapatkan data. Pembuatan kuesioner berdasarkan pada indikator-indikator dari kedua variabel. Kuesioner dibuat dalam *google form* dan disebar melalui media sosial *Twitter, Instagram, Line,* dan *WhatsApp*. Kuesiner disebar pada bulan Maret sampai dengan Juli untuk responden yaitu remaja perempuan penggemar k-pop yang tinggal di Kota Bandung. Menyebar angket melalui media sosial diharapkan dapat mengefektifkan waktu dan mempermudah dalam memperoleh responden.

Penguumpulan data kuantitatif ini diawali dengan menyusun kisi-kisi kuesioner penelitian berdasarkan aspek-aspek yang ditanyakan selama proses wawancara. Aspek-aspek tersebut mengenai perilaku berdasarkan tingkatan *celebrity worship* dan indikator *konsumerisme*. Berikut tabel kisi-kisi kuesioner penelitian *konsumerisme celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar K-Pop:

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data
Perilaku *Celebrity Worship* (X)	*Entertainment-Social*	Perasaan tertarik dengan idola	Angket
		Senang mencari informasi mengenai idola	Angket
		Merasa senang membicarakan idola dengan orang lain (teman, orang terdekat, dsb)	Angket
	Intense-personal	Terobsesi dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan idola	Angket
		Merasakan apa yang idola rasakan (rasa empati)	Angket
		Suka meniru idola (gaya bicara, fashion, dsb)	Angket
	Borderline-pathological	Menganggap idola adalah miliknya (kekasih ataupun suami)	Angket

		Menganggap idola merupakan manusia yang sempurna	Angket
		Histeris saat melihat idola secara langsung maupun tidak langsung, atau mendengar namanya	Angket
		Melakukan hal yang membahayakan demi bertemu idola	Angket
		Hanya memikirkan idola pagi siang dan malam	Angket
		Membayangkan sesuatu yang intim bersama idola	Angket
Variabel	**Indikator**	**Sub-Indikator**	**Pengumpulan Data**
Perilaku Konsumtif (Y)	Intensitas	Membeli barang hanya untuk memilikinya	Angket
		Membeli barang karena sedang diskon	Angket
	Kebutuhan	Membeli barang karena membutuhkannya	Angket
		Membeli barang/merc berdasarkan manfaat barang tersebut	Angket
	Kepuasan	Membeli barang hanya untuk koleksi.	Angket
		Setelah membeli barang merasa lebih senang	Angket
	Prestige	Membeli barang karena ingin menunjukkan identitas (seorang penggemar)	Angket
		Membeli barang hanya mengikuti teman	Angket
	Status Sosial	Hanya membeli barang official, menyebutkan harga barang termahal	Angket
		Tidak tertarik dengan barang *unofficial.*	Angket

a. Instrumen Penelitian

Langkah selanjutnya yang dilakukan untuk mengumpulkan data kuantitatif ialah dengan membuat instrumen penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis apakah ada perbedaan tingkat perilaku konsumtif dalam *celebrity worshi*p pada remaja perempuan penggemar k-pop. Instrumen penelitian pada tahap ini berupa kuesioner, dengan variabel yang diuji yaitu perilaku *celebrity worship* (Variabel Y) dan *perilaku konsumtif* (Variabel X).

1. Instrumen Variabel Perilaku Celebrity Worship

Kisi-kisi instrumen pada variabel (Y) perilaku *celebrity worship* yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kisi – Kisi Variabel (X) Perilaku *Celebrity Worship*

Perilaku Celebrity Worship	No Item	Jumlah Item
Entertainment-social	1,2,3,4	4
Intense-personal	5,6,7,8,9	5
Borderline-pathological	10,11,12,13,14,15,16	7

(Sumber: oleh peneliti, 2022)

2. Instrumen Variabel (Y) Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen pada variabel (Y) perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3

Kisi – Kisi Variabel (Y) Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif	No Item	Jumlah Item
Intensitas	17,18,19	3
Kebutuhan	20,21,22	4
Kepuasan	23,24,25,26	5
Prestige	27,28,29,30	5
Status Sosial	31,32,33	3

(Sumber: oleh peneliti, 2022)

Instrumen pada variabel (Y) dan (X) diisi dengan jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) oleh responden. Alat ukurnya disebut dengan skala Likert. Sugiyono (2007, hlm. 134) menjelaskan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok mengenai fenomena sosial. Jawaban dari skala likert

di mulai dari sangat positif sampai dengan sangat negatif seperti pada tabel 3.4. Bobot dari responden tersebut dijumlahkan sehingga diperoleh skor total.

Tabel 3.4

Klasifikasi Jawaban Skala Likert

Pernyataan Positif	Skor	Pernyataan Negatif	Skor
Sangat Setuju	4	Sangat Tidak Setuju	1
Setuju	3	Tidak Setuju	2
Tidak Setuju	2	Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Setuju	4

b. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur kevalidan (valid) atau kesahihan sebuah angket atau kuesioner (instrumen). Suatu kuesioner dapat dikatakan sah (valid) apabila mampu mengungkap sesuatu (masalah) dalam penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan correlation pearson product moment melalui software SPSS versi 25. Pengujian mengggunakan dua sisi dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan sig.0,05), maka instrument dinyatakan valid. Tetapi, jika r hitung ≤ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05 (5%), maka instrument dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas perilaku *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar K-Pop:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel X

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel (n=30)	Keterangan
1	0,552	0,361	VALID
2	0,623	0,361	VALID
3	0,648	0,361	VALID
4	0,579	0,361	VALID
5	0,547	0,361	VALID
6	0,589	0,361	VALID
7	0,591	0,361	VALID
8	0,542	0,361	VALID
9	0,735	0,361	VALID
10	0,622	0,361	VALID
11	0,855	0,361	VALID

Berdasrakan hasil uji validitas yang telah dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa dari 11 item dikatakan valid. Sehingga item pertanyaan pada instrumen diatas dapat digunakan untuk mencari data. Selanjutnya instrumen perilaku konsumtif, diperoleh uji validitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Variabel Y

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel (n=30)	Keterangan
1	0,546	0,361	VALID
2	0,642	0,361	VALID
3	0,617	0,361	VALID
4	0,584	0,361	VALID
5	0,776	0,361	VALID
6	0,731	0,361	VALID
7	0,498	0,361	VALID
8	0,642	0,361	VALID
9	0,587	0,361	VALID
10	0.738	0,361	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa dari 10 item dikatakan valid. Sehingga item pertanyaan pada instrumen diatas dapat digunakan untuk mencari data.

c. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan serangkaian alat ukur untuk mengukur konsistensi variabel secara berulang. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti harus mencari dan mendapatkan laporan mengenai respon dari setiap item apakah sudah konsisten dengan hipotesis yang telah dibuat atau tidak. Dalam penelitian yang akan dilakukan, rumus untuk menguji reliabilitas menggunakan *Cornbach's Alpha* dengan diolah melalui program SPSS versi 25. Keputusan uji reliabilitas dapat ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

Jika r11 > r tabel, maka variabel dinyatakan reliabel

Jika r11 < r tabel, maka variabel dinyatakan tidak reliable

Berikut hasil uji reliabilitas kuesioner masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
0.841	11	Realiabel

(Sumber: Pengolahan SPSS versi 25)

Olahan data yang dilakukan dalam pengujian reliabilitas, diketahui bahwa sebanyak 11 item pertanyaan menunjukkan reliabel atau konsisten dibuktikan dengan hasil yang diperoleh bahwa nilai Cronbach"s alpha sebesar 0.841 yang berarti jumlahnya lebih besar dari r tabel, yaitu sebesar 0,361. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner tersebut dapat dijadikan instrument penelitian yang sah. Uji reliabilitas untuk variabel Y ditemukan hasil yaitu:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
0.857	10	Reliabel

(Sumber: pengolahan SPSS versi 25)

Olahan data dilakukan dalam pengujiian reliabilitas, diketahui sebanyak 10 item pertanyaan menunjukkan reliabel atau konsisten yang dibuktikan dengan hasil yang diperoleh bahwa nilai Cronbach's alpha sebesar 0.857 yang berarti jumlahnya lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioener tersebut dapat dijadikan sebagai instrument penelitian yang sah.

3.4.2. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah bertemunya antara penanya dan narasumber secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan melalui media sosial *whatsapp* terhadap responden angket sebelumnya yang bersedia untuk di wawancara. Peneliti mewawancarai 6 (enam) narasumber dengan maksud untuk memperkuat jawaban yang telah diperoleh dari data kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat 8 (delapan) item pertanyaan yang digunakan, diantaranya yaitu menanyakan mengenai alasan kenapa membeli produk k-pop serta dampak yang dirasakan ketika sering membelil produk k-pop. Wawancara dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data dengan kuesioner, setelah responden selesai mengisi kuesioner maka peneliti langsung menghubungi responden tersebut melalui nomor kontak yang diisi oleh responden. Dalam mewawancarai narasumber, peneliti membutuhkan waktu kurang lebih 1-2 jam per narasumber. Apabila dihitung secara keseluruhan maka peneliti membeutuhkan waktu kurang lebih 10 jam untuk semua narasumber, namun tidak setiap hari wawancara hanya pada siang dan sore hari. Wawancara dilakukan secara terbuka dalam artian tidak menutupi identitas narasumber seperti nama lengkap dan nomor kontak karena sudah mendapatkan persetujuan dari narasumber.

a. Teknik Analisis Data Kualitatif

Tahap analisis data merupakan tahap yang paling penting, karena didalamnya berisi temuan-temuan penelitian. Menurut Noeng Muhadjir dalam (Rijali, 2018, hal. 84) analisis data yaitu upaya untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil dari pengumpulan guna meningkatkan pemahaman peneliti tentang topik yang diteliti kemudian menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. dalam penelitian ini terdapat tiga tahapan dalam analisis data yaitu :

1. Reduksi Data

Data yang sudah didapatkan dari penelitian di lapangan, maka selanjutnya data perlu dipilih dan pisahkan. Data yang penting atau valid dan data yang dianggap tidak penting harus dipisahkan agar fokus penelitian dapat dikerucutkan. Dalam penelitian ini, karena pertanyaan ditanyakan secara acak maka hasil penelitian pun masih acak sehingga perlu digabungkan. Misalnya dalam item pertanyaan apa alasan membeli produk k-pop digabungkan dengan yang sama jawaban yang sama disatukan dan dilihat secara keseluruhan mengenai jawaban narasumber yang kemudian diambil kesimpuan dari dominasi jawaban narasumber.

2. Penyajian Data

Data yang sudah dipisahkan dan dterpilih akan digabungkan dan dipadukan agar tersusun rapi dan mudah dipahami. Penyajian data dalam penelitian ini yaitu menggunakan tabel agar mudah untuk melihat jawaban narasumber. Apabila menggunakan grafik maka hal tersebut tidak sesuai karena dalam jawaban narasumber disertai dengan keterangan alasan yang berupa pernyataan bukan angka. Tabel tersebut berisi identitas narasumber, item pertanyaan, dan jawaban narasumber saat di wawancara.

3. Verfikasi Data

Kesimpulan akan dianggap kesimpulan yang memiliki kredibilitas ketika penarikan didukung oleh bukti yang valid serta akurat. Data dikumpulkan melalui berbagai macam sumber agar hasil wawancara dapat dianalisis. Guna mencapai tujuan tersebut, maka penelitian ini menggunakan rumus statistika, dan melihat kembali jawaban narasumber dari penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan software IMB SPSS versi 25 untuk menganalisis data peneliltian.

Selanjutnya peneliti melakukan observasi yaitu dengan bergabung group order produk k-pop yang ada di *whatsapp* dan *line*.

4. Verfikasi Data

Kesimpulan akan dianggap kesimpulan yang memiliki kredibilitas ketika penarikan didukung oleh bukti yang valid serta akurat. Data dikumpulkan melalui berbagai macam sumber agar hasil wawancara dapat dianalisis. Guna mencapai tujuan tersebut, maka penelitian ini menggunakan rumus statistika, dan melihat kembali jawaban narasumber dari penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan software IMB SPSS versi 25 untuk menganalisis data peneliltian. Selanjutnya peneliti melakukan observasi yaitu dengan bergabung *group order* produk k-pop yang ada di *whatsapp* dan *line* selama pengambilan data penelitian.

3.5. Isu Etik

Kode etik dalam penelitian ini tersusun sebagai berikut:

a. Objektivitas dalam penelitian.
b. Menghormati hak-hak tentang privasi dan martabat subjek penelitian.
c. Melindungi subjek dari bahaya individual (*Individual Harm*).
d. Melindungi kerahasiaan data penelitian.
e. Penyajian temuan penelitian secara jujur bukan manipulasi.
f. Penyalagunaan peran peneliti, misalnya peneliti menjadi responden.