

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Menurut Sugiyono metode kuantitatif berguna untuk meneliti dan mengumpulkan data suatu populasi atau sampel dengan menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data dengan data-data numerik menggunakan proses metode statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹ Pengertian di atas sesuai dengan tujuan penelitian ini dimana peneliti ini ingin mengetahui Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tik Tok terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir di Kota Banjarmasin. Data numerik dalam penelitian ini diperoleh melalui pengukuran dari skala masing-masing variabel.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Karena tempat tinggal peneliti berada di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

¹Sugiyono. (2014). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabet.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang bisa dimanfaatkan untuk diminta informasi mengenai kondisi atau keadaan latar penelitian atau bisa juga disebut sebagai orang yang mengerti mengenai apa yang sedang diteliti.² Subjek penelitian yang ada dalam Subjek penelitian adalah orang yang bisa dimanfaatkan untuk diminta informasi mengenai kondisi atau keadaan latar penelitian atau bisa juga disebut sebagai orang yang mengerti mengenai apa yang sedang diteliti. Subjek penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah remaja akhir perempuan atau laki-laki yang berusia 18-24 tahun dan pengguna aktif media sosial Tik Tok.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

- a) Variabel Bebas (X) : Intensitas Penggunaan Media Sosial Tik Tok.
- b) Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif.

²Basrowi dan Suwandi, "*Memahami Penelitian Kuantitatif*", (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008). Hlm. 188.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kemudian sampel merupakan

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja akhir berusia 18-24 tahun yang ada di Kota Banjarmasin.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu prosedur di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendakki dari suatu populasi³. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.⁴

Pada penelitian ini memfokuskan pada bagaimana pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tik Tok terhadap perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kota Banjarmasin maka yang menjadi sampel dalam

³Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta:Rajawali Pers), 2011, h.145

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 81

penelitian ini adalah remaja akhir yang berusia 18-24 tahun. Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan suatu teknik *Non probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling* yang bermakna di dalam penentuan sampelnya menggunakan kriteria yang telah dipilih atau ditentukan oleh peneliti. Pada penentuan kriteria, peneliti menggunakan kriteria inklusi atau bisa dibilang sebagai kriteria yang diinginkan peneliti berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah dibuat oleh peneliti dalam penelitiannya. *Purposive Sampling* adalah teknik yang dilakukan dengan cara mengambil orang-orang yang terpilih menurut kriteria yang dimiliki oleh sampel.⁵ Kriteria dari penarikan sampel sebagai berikut:

1. Remaja akhir dengan batasan umur 18-24 tahun.
2. Memiliki *Smartphone*.
3. Memiliki akun TikTok.
4. Bersedia menjadi responden penelitian.
5. Berbelanja melalui *online* / *offline* min. 1-3 perbulan.

⁵S. Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2000). 98

Karena populasi remaja akhir yang ada di Kota Banjarmasin tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow,⁶ yaitu :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α : Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$

P : Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q : 1-P

L : Tinggi Ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Data dan Sumber Data

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka.⁷

⁶Riduwan & Akdon, *Rumus Dan Data Dalam Analisis Data Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2020).

⁷Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi Dan Pendidikan*

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil peneliti dari subjek dengan teknik pengambilan data berupa skala.

b. Data Sekunder

Data yang telah dikumpulkan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan dua skala yakni, skala intensitas penggunaan media sosial TikTok dan skala perilaku konsumtif berdasarkan model skala *Likert* dengan empat kategori jawaban. Pemberian nilai seluruh aitem skor jawaban *favorable* dari empat sampai satu dan skor jawaban *unfavorable* dari satu sampai empat.⁸ Nilai total dari seluruh aitem akan diperoleh melalui jumlah skor seluruh aitem

(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 212.

⁸Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 137.

tersebut. Setiap aitem diberikan 4 kategori jawaban yang menyesuaikan dengan perilaku yang dimiliki subjek, yaitu :

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

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala model *Likert* sebagai instrument penelitian yang terdiri dari skala intensitas penggunaan media sosial, dan skala perilaku konsumtif. Setiap skala digunakan untuk meneliti tentang pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tik Tok terhadap perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kota Banjarmasin. Item skala dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu item *favorable* dan *unfavorable*. Dengan bobot skornya sebagai berikut :

1. Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial Tik Tok

Intensitas Penggunaan Media Sosial Tik Tok ini akan diukur dengan menggunakan skala modifikasi dari penelitian Chisrtiany Juditha dengan item yang dibuat berdasarkan aspek Intensitas Media Sosial menurut Ajzen. Skala berisikan aitem-aitem *favorable* dan *unfavorable* yang terdiri dari

aspek, yaitu perhatian, penghayatan, dan durasi, frekuensi. Skala memiliki pertanyaan berjumlah 25.

3.1 BLUEPRINT INSTRUMEN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK

NO	Variabel	Aspek	Indikator	No. Aitem		Total Aitem
				+	-	
1.	Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Perhatian	Ketertarikan individu terhadap aktivitas yang sesuai dengan minatnya.	1,3		2
			Individu menunjukkan konsentrasi tinggi pada saat mengakses media sosial yang mereka gemari.	2,4,6	5	4
			Individu menikmati aktivitas saat mengakses media sosial yang mereka gemari.	8,9,10	7	4
2			Individu suka meniru hal atau informasi yang	11,12,13		3

			terdapat di media sosial.			
		Penghayatan	Individu suka mempraktikkan hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.	15,16,17		3
			Individu mudah terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di media sosial dalam kehidupan nyata.	18,19	14	3
3			Durasi	Lama waktu ketika menggunakan media sosial.	20,22	21
4		Frekuensi	Banyaknya individu melakukan pengulangan perilaku	23,25	24	3
TOTAL ITEM						25

2. Instrumen Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif ini disusun berdasarkan 3 teori aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid, terdiri dari pembelian impulsif,

pembelian berlebihan, pembelian tidak rasional. Skala ini memiliki 27 aitem.

3.2 BLUEPRINT DARI SKALA PERILAKU KONSUMTIF

NO	Variabel	Aspek	Indikator	No. Aitem		Total Aitem
				+	-	
1.	Perilaku Konsumtif	Pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>)	Pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa didasari pertimbangan	1,2,5 3,4,7	6, 9,10	10
2		Pembelian berlebihan (<i>wasteful buying</i>)	Membeli barang yang tidak diperlukan	8,12,13	15,16	5
3		Mencari kesenangan (<i>non-rational buying</i>)	Membeli hanya Karen mengikuti gengsi semata	11,14,17 18,20,26 19,21,22,25	23,24 27	13
TOTAL ITEM						27

H. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai Corrected item-Total Correlation pada output Cronbach alpha) dengan nilai r table untuk degree of freedom (df). Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel. Uji signifikansi bisa juga dilakukan dengan mengukur item yang memiliki tingkat signifikansi yang kurang dari 0,05 ($<0,05$) maka dikatakan valid. Sebaliknya, item yang memiliki tingkat signifikansi yang lebih dari 0,05 ($>0,05$) maka dikatakan tidak valid.⁹

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

keterangan:

n = Jumlah responden

X = Skor variabel (jawaban responden)

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (PUSTAKABARUPRESS, 2020).

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden)

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.¹⁰

I. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

a. *Editing*

Peneliti memeriksa kejelasan dan kelengkapan data yang didapat dari jawaban skala yang dibagikan.

b. *Scoring*

Peneliti memberikan skor atau nilai pada setiap aitem dalam skala.

c. *Tabulating*

Peneliti memasukan hasil *scoring* pada table sesuai skala yang dijawab.

¹⁰ Sujarweni.

d. Interpretasi Data

Peneliti berupa menemukan makna dari data yang telah didapatkan untuk menjawab rumusan masalah.

2. Analisis Data

Analisis pada peneleitian ini ialah analisis statistik, yaitu analisis data berbentuk angka-angka. Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25 for Windows.

A. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi itu normal atau tidak. Bila data berdistribusi tidak normal maka dapat digunakan uji statistik berjenis nonparametrik. Sedangkan bila data normal, maka digunakan uji statistik berjenis parametrik. Kriteria pengujian yang diambil berdasarkan nilai probabilitas dalam metode Kolmogorov-Smirnov yaitu jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima. Kemudian jika probabilitas (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak.¹¹

¹¹Siregar, Syofian, *“Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual Dan SPSS Versi 17”*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 167

B. Pearson Product Moment

Korelasi pearson product moment adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y) dan data berbentuk interval dan rasio. Koefisien korelasi merupakan bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari dua variabel. Nilai korelasi $(r) = (-1 \leq 0 \leq 1)^3$.

Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).⁴

C. Regresi Linier Sederhana

Salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) adalah menggunakan regresi linier. Dalam penelitian ini, regresi linier yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*).

³ Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana), 2017, h.252

⁴ Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana), 2017, h.251

Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*)⁵.

Rumus regresi linier sederhana

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat.

X = Variabel bebas.

a dan b = konstanta.

⁵ Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss*, (Jakarta: Kencana), 2017, h.284

