

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Dimana Sugiyono (2019) berpendapat bahwa penelitian metode kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Disebut sebagai penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan dalam menganalisis data menggunakan statistik. Peneliti memilih menggunakan metode survei karena data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang diambil dari populasi, yang bertujuan untuk menemukan hubungan antarvariabel atau kejadian-kejadian yang relatif (Sugiyono, 2019).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti yang kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini merupakan remaja Kota Semarang, baik laki-laki maupun perempuan yang berusia mulai dari 16 sampai 22 tahun. Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang (publikasi tahun 2022), remaja Kota Semarang yang berusia 16 sampai 22

tahun berjumlah sebanyak 254.729, yang terdiri dari 130.586 remaja laki-laki dan 124.143 remaja perempuan (Sumber data <https://semarangkota.bps.go.id>)

3.2.2. Sampel

Sugiyono (2019:127) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang mewakili atau representatif. Peneliti nantinya akan menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu sendiri, karena mengingat besarnya jumlah populasi, terbatasnya waktu, dana dan tenaga dalam penelitian ini. Selanjutnya, untuk menentukan dan mengetahui berapa banyak jumlah sampel yang diambil, peneliti menggunakan rumus Slovin (Sugiyono 2019:137) untuk mencari dan menentukan jumlah sampel.

Rumus Slovin:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (10%)

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

$$n = \frac{258.642}{1 + 258.642(0,1)^2}$$

$$n = \frac{258.642}{1 + 258.642(0,01)}$$

$$n = \frac{258.642}{2587,42}$$

$n = 99.96$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil di atas, maka didapat sebanyak 99.96 sampel yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 sampel atau responden.

3.3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel atau teknik *sampling* yang digunakan peneliti adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019, p. 131) *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota suatu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, karena dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Sedangkan *purposive sampling* peneliti gunakan karena nantinya dalam pengambilan sampel akan diambil dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019, p. 133), yaitu remaja Kota Semarang yang menggunakan TikTok dengan rentang usia 16 sampai 22 tahun.

3.4. Variabel

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel menurut Martono (2019) merupakan suatu konsep yang memiliki variasi atau memiliki lebih dari satu nilai. Dimana konsep tersebut digunakan untuk menggambarkan peristiwa, fenomena, maupun keadaan suatu kelompok atau individu. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen. Sugiyono

(2019) mendefinisikan variabel bebas atau variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lain. Sedangkan Martono (2019) berpendapat bahwa keberadaan variabel bebas dalam suatu penelitian merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus penelitian. Dalam hal ini, yang menjadi variabel bebas atau independen yaitu Penggunaan TikTok yang diberi simbol (X). Sedangkan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas disebut variabel terikat (Sugiyono, 2019). Variabel terikat atau dependen dalam penelitian ini yaitu Perilaku Konsumtif yang diberi simbol (Y).

3.4.2. Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu penggunaan TikTok sebagai variabel bebas atau variabel independen (X) dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat atau variabel dependen (Y). Adapun operasionalisasi konsep atau indikator dari variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Motif penggunaan TikTok (media sosial) sebagai variabel bebas memiliki indikator sebagai berikut.
 - a. Informasi
 - b. Identitas pribadi
 - c. Interaksi sosial
 - d. Hiburan
2. Sedangkan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat memiliki indikator sebagai berikut.
 - a. Membeli produk karena iming-iming hadiah

- b. Membeli produk karena kemasannya yang menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan dari gengsi
- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga
- e. Membeli produk hanya untuk menjaga simbol status
- f. Memakai sebuah produk karena melihat model yang mengiklankan
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal dapat menimbulkan rasa percaya diri yang positif
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda

3.4.3. Definisi Operasional Variabel

Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Penggunaan TikTok (X) dan Perilaku Konsumtif (Y). Berikut merupakan tabel operasionalisasi variabel penelitian :

Tabel Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan TikTok (X)	Informasi	Mencari tahu informasi seputar peristiwa yang	Likert

(McQuail, 2009)		sedang terjadi di lingkungan terdekat, masyarakat maupun dunia melalui TikTok	
		Mendapatkan informasi dan berita <i>ter-update</i>	
	Identitas pribadi	Mengupdate profil akun media sosial TikTok	Likert
		Membuat konten di TikTok sebagai identitas pribadi	
	Interaksi sosial	Mengomentari postingan teman atau pengguna TikTok lainnya	Likert
		Menjalin hubungan dengan orang lain	

		(saling mengikuti akun satu sama lain)	
		Saling mengirim atau membalas DM (<i>direct message</i>) ke sesama pengguna TikTok	
	Hiburan	Membuat konten untuk menghibur diri	
Perilaku Konsumtif (Y) (Sumartono, 2002)	Membeli produk atau barang karena iming-iming hadiah	Membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan	Likert
		Membeli produk jika ada potongan harga	

		Membeli produk (ketika diskon) lebih banyak dari biasanya meskipun tidak membutuhkannya	
	Membeli produk karena kemasannya yang menarik	Membeli produk karena kemasannya menarik meskipun fungsinya kurang diperlukan	Likert
		Membeli berbagai jenis produk atau barang karena adanya unsur favorit individu tersebut (warna, merk) meskipun belum tentu terpakai	
	Membeli produk demi menjaga	Membeli sebuah produk atau barang dapat untuk menjaga	

	penampilan dan gengsi	penampilan diri dan gengsi	
	Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga	Membeli produk yang mahal karena melihat kualitas produk tersebut	Likert
	Membeli produk hanya untuk menjaga simbol status	Membeli barang yang banyak digunakan oleh kalangan menengah ke atas untuk menunjukkan status sosial	
	Memakai sebuah produk karena melihat model yang mengiklankan	Pernah membeli produk atau barang karena iklan yang lewat di media sosial	Likert

		Pernah membeli produk atau barang yang dipromosikan oleh artis atau seseorang terkenal di media sosial	
	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal dapat menimbulkan rasa percaya diri yang positif	Memiliki produk dengan harga mahal dapat memberikan kepuasan dan rasa percaya diri	
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda	Senang membeli produk atau barang sejenis dengan merek berbeda dalam waktu yang sama	Likert

3.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiyono (2019 : 99) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam sebuah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan berdasarkan pada teori-teori yang relevan dan belum berdasarkan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, terdapat dua dugaan sementara atau hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis alternatif (Ha) : Terdapat pengaruh penggunaan Tiktok terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Semarang.

Hipotesis Null (Ho) : Tidak terdapat pengaruh penggunaan TikTok terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Semarang.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur fenomena sosial maupun alam yang diamati dan fenomena tersebut dapat disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019:156). Instrumen dalam penelitian ini merupakan angket atau kuesioner yang berisi pertanyaan maupun pernyataan yang akan dibagikan kepada responden.

3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, peneliti melaksanakan penelitian dan melakukan pengambilan data di Kota Semarang yang terbagi menjadi beberapa bagian atau wilayah, seperti Semarang Timur, Semarang Barat, Semarang Tengah, Semarang Utara, Semarang Selatan, Pedurungan, Gayamsari, Gajah Mungkur,

Banyumanik, Gunung Pati, Tembalang, Candisari, Mijen, Tugu, Ngaliyan dan Genuk.

3.8. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian dapat dilakukan dalam berbagai sumber, berbagai cara maupun *setting* (Sugiyono, 2019:194). Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan angket atau kuesioner (*online*) yang akan dibagikan kepada sejumlah responden. Sifat kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono (2019 : 146) mengatakan skala *Likert* digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan juga pendapat seseorang tentang fenomena sosial yang sedang terjadi. Dengan menggunakan skala *Likert*, masing-masing variabel yang akan di uji diuraikan menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan maupun pernyataan. Nantinya akan terdapat empat alternatif jawaban dan jawaban dari setiap instrumen akan diberi bobot penilaian sebagai berikut (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.2 Jawaban dan skor pengukuran Skala Likert

Sangat Setuju/Selalu	4
Setuju/sering	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

3.9. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.9.1. Validitas Alat Ukur

Sugiyono (2019) menyatakan mengenai hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang ada pada obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini, yang di uji validitas dan reliabilitasnya untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel adalah instrumen penelitiannya (Hardani, et al., 2020). Uji validitas yang akan digunakan peneliti yaitu dengan teknik korelasi antara skor item dan skor total pada skala penggunaan TikTok terhadap skala perilaku konsumtif dengan menggunakan teknik *Pearson Product Moment*. Syarat suatu instrumen dianggap valid yaitu jika $r_{hitung} > r_{kritis}$, sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < r_{kritis}$ maka instrument dianggap tidak valid (Sugiyono, 2021 : 230).

3.9.2. Reliabilitas Alat Ukur

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel (Sugiyono, 2019). Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini akan digunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai alat penguji reliabilitas. Adapun rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut (Sugiyono 2021:365):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Hasil uji reliabilitas

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah hasil tiap item

σ_t^2 = Jumlah hasil total item

3.10. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, peneliti nantinya menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*). Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik Korelasi *Product Moment*, uji normalitas dan uji regresi linear sederhana untuk menguji ada tidaknya hubungan antara penggunaan TikTok terhadap perilaku konsumtif pada remaja di Kota Semarang. Adapun rumus korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Uji korelasi menggunakan teknik analisis *Produk Moment* dilakukan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2019: 212). Sebagai tolok ukur tinggi rendahnya koefisien korelasi digunakan tabel interpretasi sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat

0,80-1,00	Sangat Kuat
-----------	-------------

Sumber: Sugiyono (2019:248)

Analisis regresi linear sederhana dipakai untuk mengetahui adanya perubahan nilai variabel dependen dan nilai variabel independen jika sewaktu-waktu terjadi (Sugiyono, 2019 : 213). Uji regresi dilakukan untuk memperkirakan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2019 : 241). Adapun rumusan analisis regresi linear sederhana sebagai berikut (Sugiyono, 2019 : 213).

$$Y' = a + b X$$

Keterangan :

Y' = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga $X = 0$

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen