

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang memiliki populasi atau sampel tertentu, instrumen penelitian berupa pengumpulan data atau informasi, dan analisis data angka-angka untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.¹Jenis pendekatan penelitian kausal komparatif (*ex post facto*) bertujuan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan metode membandingkan dua kelompok ataupun lebih dalam *setting* alamiah.²

Sumber data menggunakan data primer yang didapatkan dengan melakukan penelitian lapangan (*field research*), karena sumber data utama dalam menjawab rumusan masalah yang terdapat di lapangan. Penelitian ini dilakukan secara langsung kepada responden melalui penyebaran angket, dengan *google form* sebagai media penyebaran angket. Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia, sebab sebelumnya belum pernah ada riset sejenis ataupun hasil riset sejenis sudah kedaluwarsa. Jadi, peneliti perlu pengumpulan data sendiri.³

B. Populasi dan Sampel

Pengertian populasi menurut Fraenkel dan Wallen adalah sekumpulan orang yang menarik peneliti dan digunakan sebagai objek untuk menggeneralisasikan hasil

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 8.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 17.

³ Isitijanto, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Gramedia, 2005), 32, <https://books.google.co.id/books?id=nxsymOE7XmgC&pg=PA32&dq=data+primer+adalah&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjmwKD7sNvsAhXBbX0KHUAzAPcQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=data%20primer%20adalah&f=false>.

penelitian.⁴Populasi terdiri dari keseluruhan objek/subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁵Penelitian ini menggunakan generasi milenial di Kabupaten Kudus dengan beberapa kriteria sebagai populasi.

Sampel merupakan anggota dari populasi. Jenis sampel harus dapat menggambarkan populasi. Sampel dapat diartikan sebagai sembarang rampai yang menjadi bagian dari suatu populasi.⁶Sampel yang dihasilkan harus akurat serta tepat agar dapat menghasilkan kesimpulan riset yang akurat.⁷*Nonprobability sampling* atau teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan teknik *sampling purposive* atau teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Laki-laki dan perempuan
2. Berusia 20-40 tahun
3. Muslim
4. Mempunyai akun aktif *social media*

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan rumus Isaac dan Michael, untuk tingkat kesalahan 10%. Berdasarkan tabel ukuran sampel dari populasi yang berjumlah 285.768, maka jumlah anggota sampel untuk kesalahan 10% adalah 270.

63. ⁴ Yatim Riyanto, *Metode Penelitian Pendidikan* (Surabaya: SIC, 2001),

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 80.

⁶ Yatim Riyanto, *Metode Penelitian Pendidikan*, 64.

⁷ Jogiyanto, *Metode Penelitian Bisnis*, 91.

Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%.⁸

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 87.

C. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen (Y), media sosial (X_1) dan gaya hidup glamor (X_2) sebagai variabel independen, serta religiusitas (X_3) sebagai variabel moderasi.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dapat didefinisikan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan disebut juga variabel akibat. Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif bertindak sebagai variabel dependen.

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mendefinisikan atau mempengaruhi yang lain dan disebut juga variabel sebab. Media sosial dan gaya hidup glamor bertindak sebagai variabel independen dalam penelitian ini.

3. Variabel *Moderating*

Variabel moderating atau moderasi merupakan variabel yang dapat memperlemah ataupun memperkuat hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen, memiliki pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan antar variabel dependen yang memiliki kemungkinan positif atau negatif, oleh karenanya variabel moderasi disebut juga *contingency variable*.⁹ Religiusitas bertindak sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini.

D. Variabel Operasional

Mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan ciri khas yang diamati guna memudahkan peneliti mengobservasi atau melakukan pengukuran dengan seksama terhadap suatu objek maupun fenomena

⁹ Lie Liana, "Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel *Moderating* terhadap Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel *Dependen*", *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* 14, no. 2 (2009): 91, <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95/90>.

adalah pengertian dari definisi operasional.¹⁰ Terdapat perilaku konsumtif yang digunakan sebagai variabel dependen (Y), media sosial (X₁) dan gaya hidup glamor (X₂) sebagai variabel independen, serta variabel moderasi yaitu religiusitas (X₃) dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Referensi
1.	Perilaku Konsumtif Perilaku konsumtif merupakan kegiatan manusia yang cenderung melakukan konsumsi tiada batas serta tidak jarang mementingkan emosi dari pada faktor rasionalnya, atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. ¹¹	-	- Pembelian impulsif - Pembelian berlebihan - Pembelian irasional	Aghesna Fadila Rahmatika dan Rosita Endang Kusmaryani ¹²
2.	Media Sosial Media sosial merupakan	- Entertaiment (Hiburan)	-	Bruno Godey, dkk., ¹⁴

¹⁰ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 122, <https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ&pg=PA122&dq>.

¹¹ Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, 43

¹² Agnesia Fadhila R. dan Rosita Endang Kusmaryani, “Relationship Between Conformity and Consumptive Behavior in Female Adolescents”, 179.

¹⁴ Bruno Godey, dkk., “Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior”, 1.

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Referensi
	medium di internet yang memungkinkan pengguna mengekspresikan dirinya dengan berinteraksi, berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lain, yang kemudian membentuk ikatan sosial secara virtual. ¹³	<ul style="list-style-type: none"> - Interaction (Interaksi) - Trendiness (Trendi/kekinian) - Customization (Kostumisasi) - Word of Mouth (Pembicaraan dari mulut ke mulut) 		
3	Gaya Hidup Glamor Gaya hidup glamor merupakan pola hidup yang mengarahkan seseorang mencari kesenangan hidup, seperti bersenang-senang bersama teman-temannya dengan	Ekspresi Konsumen	-	Ayca Kirgiz. ¹⁶

¹³ Rulli Nasrullah, *Media sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositetknologi*, 7.

¹⁶ Ayca Kirgiz, "Hedonism, A Consumer Disease of the Modern Age: Gender and Hedonic Shopping in Turkey", 202-203.

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Referensi
	menghabiskan waktu diluar rumah, gemarmengkon sumsi barang yang tidak diperlukan, sertaselalu berkeinginan menjadi pusat perhatian. ¹⁵			
4	Religiuitas Religiuitas merupakan status keadaan yang ada dalam diri seseorang yangkemudian mendorongnya bertingkah laku, bertindak dan bersikap sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya. ¹⁷	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi keyakinan agama - Dimensi Praktik - Dimensi pengetahuan - Dimensi pengalaman - Dimensi konsekuensi 	-	Farhana Tahmida Newaz, dkk. ¹⁸

E. Teknik Pengumpulan Data

Angket atau kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner berupa pertanyaan atau pernyataan

¹⁵ Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, 75.

¹⁷ Irwan, *Kearifan Lokal dalam Pencegahan HIV/AIDS pada Remaja Beresiko Tinggi*, 40-41.

¹⁸ Farhana Tahmida Newaz, dkk., "Muslim Religiosity and Purchase Intention of Different Categories of Islamic Financial Products", 14.

terbuka ataupun tertutup, yang diberikan secara langsung maupun dikirim melalui pos atau internet kepada responden.¹⁹

1. Skala Pengukuran

Skala merupakan mekanisme atau alat yang digunakan untuk membedakan seseorang kedalam variabel-variabel yang akan digunakan dalam riset.²⁰ Skala pengukuran digunakan sebagai acuan penentu panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif bila digunakan dalam pengukuran.²¹

Penelitian ini menggunakan skala likert, untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu ataupun kelompok mengenai fenomena sosial. Terdapat 5 poin skala dengan interval yang sama untuk mengukur subjek, dengan tipe data interval.²²

Terdapat gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif pada jawaban setiap item, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Ragu-ragu (RG) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS Statistic 16* dengan cara memasukkan hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji.

a. Uji Validitas

Pengukuran valid tidaknya suatu kuesioner menggunakan uji validitas. Kuesioner valid, bila persoalan atau pertanyaan yang ada

¹⁹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 142.

²⁰Jogiyanto, Metode Penelitian Bisnis, 80.

²¹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 92.

²²Jogiyanto, Metode Penelitian Bisnis, 83.

dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut.²³ Pada penelitian ini, akan dilakukan uji validitas pada:

- 1) Uji validitas perilaku konsumtif.
- 2) Uji validitas variabel media sosial.
- 3) Uji validitas variabel gaya hidup glamor.
- 4) Uji validitas variabel religiusitas .

Indikator pada pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai positif.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (α) > taraf signifikansi, maka instrumen dikatakan reliabel.²⁴ Kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan tidak berubah-ubah atau konsisten dari waktu ke waktu dengan kriteria nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.70.²⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji layak atau tidaknya model analisis regresi yang digunakan dalam riset atau penelitian. Uji ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel pengganggu dalam model regresi atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua metode untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

²⁴ Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, 48.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 47.

ataupun tidak yaitu dengan analisis grafik serta uji statistik.

1) Analisis Grafik

Probability plot sebagai perbandingan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal adalah metode yang digunakan untuk melihat normalitas residual. Data yang berdistribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, serta dilakukan perbandingan plotting data residual dengan garis diagonal. Garis akan mengikuti garis diagonalnya, menggambarkan distribusi data residual normal.

Normalitas dideteksi melalui penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Pola distribusi normal ditunjukkan dengan menyebarnya data disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, yang demikian itu dikatakan model regresienuhi asumsi normalitas.
 - b) Pola distribusi tidak normal apabila data menyebar jauh dari diagonal serta tidak mengikuti arah garis diagonal.²⁶
- b. Uji Multikolonieritas

Terjadinya korelasi antar variabel bebas (independen) dapat diuji dengan uji multikolonieritas. Variabel independen yang tidak terjadi korelasi, dikatakan sebagai model regresi yang baik. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya, *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan multikolonieritas adalah nilai

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 163.

$tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi ketidaksamaan *variance* atau tetap dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dapat diuji dengan uji heteroskedastisitas. Ketetapan *varianceresidual* satu dengan pengamatan yang lain disebut dengan homoskedastisitas.²⁸

Metode *chart* (diagram *Scatterplot*) digunakan dalam penelitian ini. Dimana heteroskedastisitas tidak terjadi apabila penyebaran titik tidak membentuk pola tertentu yang teratur, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y.²⁹

3. Uji Hipotesis

a. Uji Moderasi

Untuk mengetahui pengaruh *social media*, *hedonic* gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan religiusitas sebagai variabel moderasi digunakan teknik analisis regresi linear berganda moderating (*Moderated Regression Analysis / MRA*).

Moderated Regression Analysis / MRA adalah aplikasi khusus regresi berganda linear yang dalam persamaan regresi tersebut mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen).³⁰

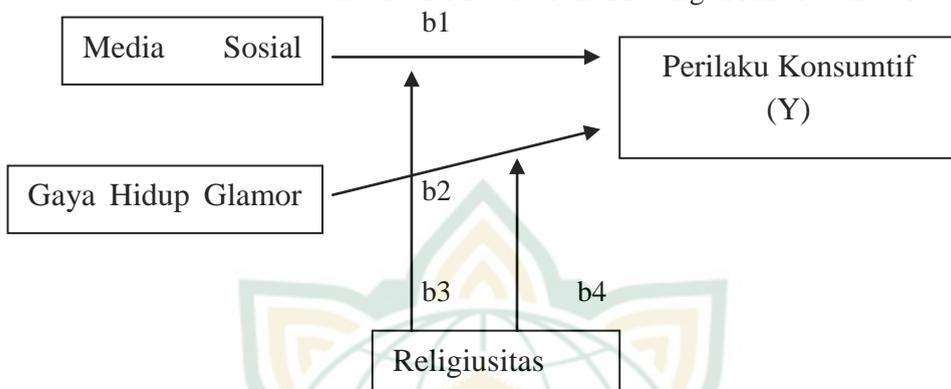
²⁷ Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, 49.

²⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 139.

²⁹ Arif Rahmat, dkk., “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, 49.

³⁰ Lie Liana, “Penggunaan *MRA* dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel *Moderating* terhadap Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen”, 93.

Gambar 3.1 Model Grafis Hubungan Antar Variabel



$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3(X_1X_3) + b_4(X_2X_3) + \varepsilon$$

Dimana:

- Y = Perilaku konsumtif
- a = Konstanta
- X₁ = Media Sosial
- X₂ = Gaya Hidup Glamor
- X₃ = Religiusitas
- X₁X₃ = Moderasi media sosial
- X₂X₃ = Moderasi gaya hidup glamor
- b₁b₂b₃b₄ = Koefisien
- ε = Standar kesalahan (*error*)

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dengan nilai antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen hampir secara penuh menjelaskan variabel dependen. Para ahli menyarankan menggunakan nilai *Adjusted R²* untuk menganalisis model regresi mana yang

terbaik, karena jika ditambahkan variabel kedalam model, nilai *Adjusted R²* dapat naik ataupun turun.³¹

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang bersamaan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:³²

- 1) *Quick look*, jika nilai $F > 4$ pada signifikansi 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Melakukan perbandingan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

d. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara individual. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) *Quick look*, apabila nilai *degree of freedom* (df) adalah 20 ataupun lebih pada signifikansi 5%, nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut) maka H_0 ditolak.
- 2) Melakukan perbandingan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $> t$ tabel maka H_a diterima dan variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen secara individual.³³

4. Analisis Statistik Deskriptif

Bentuk analisis data penelitian yang berguna untuk menguji hasil penelitian secara generalisasi berdasarkan suatu sampel adalah pengertian analisis deskriptif, dengan hasil penelitian jika H_0 diterima berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Sifat analisis deskriptif ini mandiri atau tidak berbentuk perbandingan ataupun hubungan, yang berfungsi agar

³¹ Imam Ghozali, Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 97.

³² Arif Rahmat, dkk., "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", 50.

³³ Imam Ghozali, Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 97-99.

penyajian data mudah dipahami dengan menjelaskan ataupun menguraikan suatu data ataupun fenomena.³⁴



³⁴ Leni Masnidar Nasution, “Statistik deskriptif”, *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017), 49, <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/view/16>.