



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Moleong merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui suatu fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian dengan cara melakukan deskripsi atau dalam bentuk beberapa kata – kata dan Bahasa pada suatu konteks yang khusus dan alami dengan menggunakan beberapa metode ilmiah Wishandy (2019:30). Menurut Moleong juga penelitian kuantitatif ini didapat dari berdasarkan beberapa deskripsi secara acak atau random yang diteliti sehingga teknik kuesioner.

Menurut Moleong sangat cocok untuk mendapatkan hasil penelitian yang cukup efektif, memuaskan, dan baik. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, perilaku yang diteliti atau diamati Ruthlliane (2020:67). Pendekatan kuantitatif, menurut salah satu ahli yang cukup terkenal yaitu Strauss dan Corbin (2020:67) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang temuannya tidak dapat didapat dari statistik huruf atau data.

Strauss dan Corbin juga menyimpulkan bahwa segala sesuatu penelitian yang menggunakan bentuk kuesioner merupakan salah satu bentuk kepastian dalam mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan oleh penulis, karena data – data yang didapat langsung dari narasumber atau khalayak yang diteliti, maka dari itu untuk mendapatkan jawaban – jawaban yang pasti dan berbeda antara khalayak dengan khalayak lain atau narasumber dengan narasumber lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pendekatan kuantitatif, penulis menyimpulkan bahwa penelitian ini mengacu pada analisis data yang didapat yang bersifat non sistematis atau secara acak dan tidak terstruktur.

Penulis menentukan pendekatan kuantitatif ini dapat langsung diberikan kepada narasumber atau khalayak terutama kalangan siswa SMA melalui formulir secara online sehingga penulis mendapatkan hasil yang lebih rinci, akurat, dan pasti.

Dengan pendekatan kuantitatif, penulis tidak hanya mendapatkan hasil penelitian yang akurat dan rinci tetapi peneliti juga dapat menganalisa lebih jauh adanya budaya populer yang berkembang dan ikut mengkaji penelitian ini yaitu perilaku konsumtif kalangan siswa SMA pada media sosial di Jakarta Utara dalam menggunakan media sosial, dengan menggunakan sebagai media belanja online. Penulis juga ingin mendapatkan atau menghasilkan hasil penelitian yang deskriptif dengan adanya ucapan, perilaku, dan subjek serta objek yang sedang penulis amati dan kaji.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Ari Kunto (2016:34) subjek dalam penelitian merupakan subjek yang digunakan atau ditargetkan untuk dilakukan penelitian. Dengan melalui berbeda dengan pendapat atau pernyataan Bungin, subjek merupakan orang dengan latar belakang yang berhubungan dan mengetahui serta memahami informasi mengenai objek yang diteliti Ruthliane (2020:67). Dalam penelitian tugas akhir ini, penulis memilih pengguna media sosial di Jakarta Utara yang telah menggunakan bahkan mencoba media sosial ini sebagai subjek penelitian.

Subjek yang ditargetkan oleh penulis adalah atau merupakan orang yang menggunakan budaya populer yaitu media sosial dan melakukan perilaku yang konsumtif. Selain subjek yang terdapat dalam suatu penelitian, objek penelitian merupakan fokus dari permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Objek penelitian menurut Bungin (2020:67)



adalah fokus penelitian, yaitu apa yang menjadi objek ialah perilaku konsumtif dalam fenomena budaya populer yaitu belanja online dalam media sosial.

Menurut ahli Sugiyono, objek penelitian merupakan atribusi atau evaluasi dari orang, benda atau kegiatan yang telah ditetapkan dan ditentukan oleh penulis untuk dapat dipelajari atau diamati sehingga penulis dapat mendapatkan kesimpulan dalam penelitian tersebut (Natasya (2021:89)). Objek penelitian yang dapat dimengerti menurut pendapat penulis yaitu adanya salah satu fokus penelitian sehingga apa yang menjadi sasaran dalam penelitian dapat langsung diamati dan dipahami. Objek penelitian yang telah ditentukan oleh penulis yakni perilaku konsumtif dalam fenomena budaya populer dalam berselancar pada media sosial.

C. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schinder (2006:33), studi deskriptif dapat berbentuk sederhana atau kompleks yang dapat dilakukan secara bermacam – macam atau bervariasi. Penelitian deskriptif sederhana berfokus pada pernyataan atau pertanyaan hipotesis yaitu peneliti bertanya mengenai suatu permasalahan dalam bentuk, efektivitas, pola perilaku dari suatu variabel. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini, bila ditinjau dari berbagai perspektif yang Beragam atau berbeda adalah :

Berdasarkan Tingkat Perumusan Masalah, penelitian ini merupakan studi formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian yang telah diajukan. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini dilakukan secara survei, dengan menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan – pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban – jawaban dari pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner tersebut.



Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini. Berdasarkan pengendalian variabel – variabel oleh peneliti, penelitian ini menggunakan desain *Ex Post Facto*, dimana penulis dibatasi dengan membiarkan faktor – faktor konstan untuk memilih subjek – subjek secara cermat sesuai dengan prosedur – prosedur pengambilan sampel.

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi kausal, dengan bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel – variabel yang akan diteliti. Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan *Cross-Sectional*, yang studi dapat dilaksanakan hanya satu kali dan telah mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan, peneliti menggunakan studi statistik, karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

Kesimpulan mengenai hasil – hasil temuan yang disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah *Representative* dan tingkat validitas atau kesalahan sampel. Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*Field Studies*), dikarenakan subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan yang nyata atau bukan simulasi. Berdasarkan persepsi subjek, dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi sehari – hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

D. Variabel dan Operasional Variabel

Variabel – variabel yang digunakan adalah :

1. Kecanduan media sosial

Variabel independen (X) yaitu kecanduan media sosial

2. Perilaku konsumtif

Variabel dependen (Y) yaitu perilaku konsumtif



Variabel – variabel serta indikator penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel (X)	Sub Variabel	Indikator	Item	Skala
<p>Kecanduan media sosial atau Media Addiction : Diteliti oleh Hartinah, dkk (2019).</p>	1. <i>Salience</i> atau Aktivitas Online.	1. <i>Update</i> sesuatu pada media sosial.	1. Saya sering update status pada media sosial.	Interval
			2. Saya sering bermain media sosial saat beraktivitas.	Interval
			3. Saya melakukan banyak aktivitas dalam media sosial.	Interval
	2. <i>Mood Modification.</i>	2. dapat mengekspresikan diri.	4. Dapat menemukan kesenangan.	Interval
			5. Saya dapat memiliki banyak kebebasan.	Interval
			6. Saya berfikir media sosial adalah hiburan.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1

Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan)

Variabel (X)	Sub Variabel	Indikator	Item	Skala
<p>Kecanduan media sosial atau Media Addiction : Diteliti oleh Hartinah, dkk (2019).</p>	<p>3. <i>Tolerance</i> atau Peningkatan Aktivitas Online.</p>	<p>3. Keinginan Menggunakan media sosial.</p>	7. Saya mendapatkan banyak informasi.	Interval
			8. Saya sering bermain media sosial saat beraktivitas.	Interval
			9. Saya memiliki keinginan untuk mencari berbagai aktivitas <i>free time</i> .	Interval
	<p>4. <i>Withdrawal Symptom</i> atau Perasaan tidak Menyenangkan.</p>	<p>4. Rasa penasaran berlebihan.</p>	10. Berusaha mencari tahu hal yang ingin diketahui.	Interval
			11. Saya mencari informasi pada media sosial.	Interval
			12. Saya mencari informasi mengenai gaya hidup.	Interval
	<p>5. <i>Relapse</i> atau pengulangan aktivitas.</p>	<p>5. Menggunakan media sosial setiap saat.</p>	13. Mendapatkan minat belajar.	Interval
			14. Saya Menggunakan media Sosial dengan Menghitung waktu.	Interval
			15. Saya dapat mengendalikan diri dalam bermain media sosial.	Interval

© Hakipta milik IBIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



Tabel 3.1

Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan)

Variabel (Y)	Sub Variabel	Indikator	Item	Skala
Perilaku Konsumtif atau Consumptive Behavior : Diteliti oleh Argo Setiawan (2019).	1. Pembelian Impulsif.	1. Adanya dorongan untuk membeli produk.	1. Mengakses <i>Online Shop</i> 4-5 kali dalam seminggu.	Interval
			2. Saya sering mengakses media sosial.	Interval
			3. Saya mengikuti akun <i>Online Shop</i> .	Interval
	2. Mencari Kesenangan.	2. Ingin berkesan mengikuti trend atau modernisasi.	4. lebih tertarik membeli produk baru keluar.	Interval
			5. Saya membeli produk bermerek atau <i>branded</i> .	Interval
			6. Saya membeli produk setiap bulan.	Interval
	3. Pemborosan atau Spontanitas.	3. Keinginan yang terbentuk pada stimuli diri.	7. Saya membeli produk yang ditawarkan.	Interval
			8. Saya senang produk telah didapatkan.	Interval
			9. Saya menantikan discount pada akhir atau awal bulan.	Interval

© Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Variabel dan Indikator Penelitian (Lanjutan)

Skala Peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

E. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi, populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna media sosial terutama Siswa SMA di Jakarta Utara. Populasi merupakan salah satu teknik yang sangat tepat untuk dipakai dalam salah satu penelitian, apabila penelitian kuantitatif dapat diketahui bahwa teknik populasi ini sangat berhubungan dengan penelitian kuantitatif yang dimana populasi ini mencari klasifikasi data yang secara acak dan tersusun atau terdata sehingga sangat mendukung dengan adanya populasi dalam penelitian kuantitatif, peneliti atau penulis tidak akan kesulitan dalam mendapatkan informasi atau data – data.

Begitupun dalam mendapatkan statistika data yang tepat dan presisi secara teratur, dibutuhkanannya teknik populasi ini yang benar sehingga penulis atau peneliti dapat dengan mudah melakukan perhitungan statistika data yang akan ditempuh atau digunakan dalam penelitian ini. Menurut Nazir (2005), populasi adalah sekumpulan dari individu – individu yang memiliki ciri khusus, kualitas dan karakteristik yang dibutuhkan oleh peneliti dalam mendapatkan informasi data.

Menurut Margono (2006), populasi adalah keseluruhan dari data yang pada akhirnya menjadi topik utama atau pusat perhatian dari seorang peneliti atau penulis. Pusat perhatian ini, harus berada dalam ruang lingkup dan juga waktu yang telah ditentukan oleh peneliti.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Populasi sendiri, sangat erat kaitannya dengan data – data, jika data itu ditunjukkan atau diberikan terhadap individu, maka ukuran dari banyaknya populasi akan sama dengan jumlah banyaknya responden atau individu yang terdata.

Ukuran sampel, jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 siswa SMA yang berdomisili di Jakarta Utara. Dimana ukuran sampel ini dibuat atau ditunjukkan untuk 100 responden terutama siswa SMA dalam bentuk kuesioner maka informasi data yang akan diterima atau didapat oleh peneliti atau penulis akan mendapatkan rincian yang jelas dan terbuka sehingga tidak menimbulkan permasalahan – permasalahan baru yang akan timbul saat penulis atau peneliti menghitung data melalui statistika data nantinya.

Cara menentukan sampel, teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* atau yang disebut juga penarikan sampel secara acak atau random. Dalam penggunaan *Probability Sampling* ini, tanpa melihat kepercayaan, pengetahuan dan pengalaman siswa sering kali dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel.

Dengan demikian semua anggota populasi terutama siswa SMA memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel data yang akan diambil. Metode ini menggunakan analisis statistika untuk membantu penentuan sampel terpilih. Ada beberapa model pendekatan pengambilan sampel yang terdapat pada sampling yang akan digunakan yaitu *Probability Sampling*.

Pendekatan pengambilan yang digunakan adalah *Stratified Random Sampling* atau pengambilan sampel secara acak berstrata yaitu pengambilan sampel secara acak yang berdasarkan pada kriteria yang telah disesuaikan dan dikelompokan. Oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis telah menetapkan bahwa sampel yang akan diambil adalah para pengguna terutama siswa SMA yang menggunakan media sosial dengan menggunakan



bantuan komunikasi serta kuesioner melalui forum sekolah SMA Fons Vitae 2 di Jakarta Utara.

Langkah – langkah yang digunakan untuk melakukan atau menggunakan metode *Stratified Random Sampling* yaitu menentukan populasi serta daftar anggota populasi, membagi populasi sesuai dengan strata yang dikehendaki oleh peneliti, menentukan jumlah sampel pada strata data, memilih sampel pada setiap strata secara acak atau *random*. Tingkat kelompok populasi akan disesuaikan dengan populasi data dan pokok utama yang menjadi kunci utama dalam penelitian ini.

Dalam sampel stratifikasi proposional, penulis membuat suatu skema tabel yang berisikan kelas – kelas SMA Fons Vitae 2, dan berisikan jumlah siswa, persentase, sampel, dan pembulatan.

Tabel 3.3
Tabel stratifikasi sampling

No	Kelas	Jumlah Siswa	Persentase (%)	Sampel	Pembulatan
1	Kelas SMA 10	153	50%	76,5	77
2	Kelas SMA 11	122	50%	61	61
3	Kelas SMA 12	125	50%	62,5	63
	Jumlah	400		200	201

Cara Menghitung :

Total Jumlah Siswa = 400

1. SMA Kelas 10 = 153

$$\frac{400}{1+n \cdot e^2}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



$$= \frac{400}{1+400*0,05^2}$$

$$= \frac{400}{1+400*0,0025}$$

$$= \frac{400}{1+1} = \frac{400}{2}$$

$$= \frac{200}{400} = \frac{1}{2} \times 153 = 76,5$$

2. SMA kelas 11 = 122

$$= \frac{400}{1+n*e^2}$$

$$= \frac{400}{1+400*0,05^2}$$

$$= \frac{400}{1+400*0,0025}$$

$$= \frac{400}{1+1} = \frac{400}{2}$$

$$= \frac{200}{400} = \frac{1}{2} \times 122 = 61$$

3. SMA Kelas 12 = 125

$$= \frac{400}{1+n*e^2}$$

$$= \frac{400}{1+400*0,05^2}$$

$$= \frac{400}{1+400*0,0025}$$

$$= \frac{400}{1+1} = \frac{400}{2}$$

$$= \frac{200}{400} = \frac{1}{2} \times 125 = 63,5$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden terutama siswa dan siswi SMA Fons Vitae 2 merupakan data yang masih harus diolah terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai informasi yang berguna bagi penelitian. Hasil dari penyebaran kuesioner akan menjadi data masukan untuk mengolah dan menganalisis data. Penyebaran ini dilakukan untuk mengetahui persepsi setiap responden.

Teknik kuesioner ditujukan untuk memberikan penegasan terhadap responden sehingga data – data atau informasi – informasi mengenai penelitian yang sedang dibentuk atau dibuat oleh peneliti dapat berjalan dengan baik tanpa adanya suatu rekayasa atau dokumen palsu baik dari penerimaan bahkan pengisian kuesioner tersebut. Kuesioner ini diharapkan dapat memberikan informasi – informasi masukan yang baik pada penelitian.

Kuesioner tersebut dimana berisikan 12 pertanyaan yang akan diberikan dan dijawab oleh responden terutama siswa SMA Fons Vitae 2 yang berhubungan dengan rutinitas aktivitas yang mereka lakukan yaitu media sosial. Dalam kuesioner ini akan mencari tahu apakah pendapat mereka mengenai pola perilaku konsumtif dan kecanduan media sosial itu saling berhubungan satu sama lain, dan juga mengetahui seberapa detail responden atau siswa SMA Fons Vitae 2 memahami topik pembahasan dalam kuesioner tersebut.

Kuesioner akan dibagi secara acak dan melakukan pengambilan secara online sehingga responden tidak perlu lagi bersusah – susah untuk menulis atau mengisi formulir kuesioner melainkan kuesioner ini akan diberikan atau dibagi dalam bentuk formulir online melalui media *google* atau biasanya disebut dengan sebutan *G-form*, maka dengan adanya media *G-form* ini peneliti tidak akan lagi menemukan responden yang tidak dapat memiliki waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan.

Berikut penulis akan memberikan salah satu contoh draft atau bentuk kuesioner yang akan dipublikasikan dan diisi oleh responden siswa SMA Fons Vitae 2, sebagai bentuk tabel yang akan dibuat oleh penulis atau peneliti ditujukan untuk pembaca dapat lebih memahami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan memiliki gambaran mengenai pola – pola dan isi kuesioner nantinya saat telah dibuat dan dibentuk.

G. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen (Moleong, 2012) pernah mengatakan bahwa analisis data merupakan usaha yang dilakukan dengan cara bekerja sama dengan data, mengumpulkan data, memilih data, mencari dan menemukan data, serta menemukan hal penting dalam sebuah penelitian. Menurut Miles dan Huberman (Janny, 2016) ada tiga macam bentuk dalam pengelolaan dan analisis data dalam kuantitatif, yaitu :

Analisis data statistik, tahap ini merupakan tahap pemilihan, penyederhanaan, pemusatan data besar yang dianggap merupakan salah satu data penting yang bertujuan untuk mempermudah penulis atau peneliti dalam mengumpulkan data yang lebih rinci sehingga data yang didapat oleh peneliti menjadi lebih jelas dan pasti sehingga dapat membantu penulis atau peneliti dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan penelitian.

Penulis atau peneliti juga dapat memanfaatkan tahap analisis data statistik ini untuk menggambarkan data yang sudah dikumpulkan tetapi tanpa membuat kesimpulan dalam menganalisis data. Akan tetapi, nantinya akan menampakkan variabel dependen dan variabel independennya. Setiap variabel penelitian akan diberikan penilaiannya sendiri. Nilai rata – rata, nilai minimum dan nilai maksimal melalui angka.

Data – data yang diterima oleh penulis atau peneliti dapat dipilih dan dicerna atau ditelaah baik oleh penulis atau peneliti sebelum ditambahkan atau dimasukkan ke dalam penelitian. Analisis statistik inferensial , tahap ini merupakan tahap kedua yang terjadi setelah adanya analisis statistik inferensial, yang dimana mengharuskan peneliti untuk dapat terlibat dalam hal penyajian dan penampilan data yang telah sudah dikumpul dari hasil kesimpulan yang telah dianalisis dan disederhanakan.



Tahap penyajian data ini memiliki manfaat atau kegunaan membantu peneliti atau penulis dalam mengarahkan data sehingga data yang telah dikumpul melalui tahap reduksi data dapat terorganisir atau dapat diatur secara urut, tersusun dalam hubungan sehingga dapat mudah untuk dipahami dan untuk mempermudah peneliti ke tahap pengelolaan data berikutnya. Tahap penyajian data ini juga merupakan salah satu tahapan yang penting dalam menyajikan suatu analisis data dengan metode kuantitatif yang valid dan dapat dengan mudah dipahami oleh banyak orang atau khalayak.

Analisis diskriminan, setelah mengetahui 2 bentuk analisis yaitu tahap analisis statistik data dan analisis statistik inferensial, peneliti dapat masuk untuk tergabung dalam menjalankan bentuk ketiga, yang dimana peneliti harus dapat melakukan penyertaan kesimpulan dalam bentuk kelompok. Kesimpulan yang dimaksud merupakan hasil atau jawaban data yang didapat dari permasalahan analisis data dan analisis populasi data dalam penelitian kuantitatif ini.

Asumsi kesimpulan data biasanya diberikan berdasarkan data yang dianggap cukup bersifat sementara, asumsi dapat berubah menjadi kesimpulan akhir yang valid atau benar dan kredibel ketika data – data yang telah disimpulkan memiliki syarat – syarat lengkap dan kuat yang artinya konsisten dalam kelengkapan informasi. Dalam penggunaan analisis pada penelitian ini, penulis atau peneliti menggunakan teknik analisis data statistik.

Teknik analisis data statistik, menggunakan kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden atau siswa SMA yang berdomisili di Jakarta Utara merupakan data yang masih harus diolah lebih lanjut agar dapat dijadikan informasi yang berguna bagi penelitian dan juga berguna bagi pembaca. Hasil dari penyebaran kuesioner akan menjadi data masukan untuk mengolah dan menganalisis data :



Analisis deskriptif, dimana menghitung rata – rata terlebih dahulu untuk mendapatkan hasil data dalam suatu penelitian yang pasti dan terinci. Setelah memperoleh data yang lengkap, maka penulis atau peneliti harus mencari nilai rata – rata, perhitungan nilai rata – rata skor adalah dengan menjumlahkan seluruh bobot dibagi dengan jumlah total responden atau siswa SMA secara sistematis, rata – rata dapat dihitung dengan rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i . x_i}{\sum f_i}$$

Dimana :

\bar{x} = Rata – rata hitung (mean)

f_i = Frekuensi ke i

x_i = Data ke i

Rentang skala penelitian yang digunakan untuk mempromosikan jawaban responden maka digunakan rentang skala yang menggambarkan posisi dari yang sangat negatif ke posisi yang sangat positif dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$R_s = \frac{m-n}{b}$$

$$R_s = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Dimana :

R_s = rentang skala

m = skala tertinggi

n = skala rendah

b = banyaknya kriteria pilihan



maka skala yang digunakan :

1,00 – 1,80 = Sangat tidak setuju

1,81 – 2,60 = Tidak setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat setuju

Uji asumsi klasik, terdapat 2 metode cara pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji otokorelasi. Peneliti atau penulis akan memberikan pernyataan – pernyataan mengenai kedua bentuk metode ini. Menurut Ghazali (2013), tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini dilakukan untuk melibatkan apakah distribusi data terdistribusi normal maka metode statistik :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 dapat diterima

Otokorelasi, menurut pendapat Ghazali (2013), uji korelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ atau sebelumnya. Biasanya terjadi pada data *time series*, kesalahan yang terjadi pada $t-1$ diharapkan tidak terjadi pada periode t . Otokorelasi berguna untuk sebagai acuan nilai suatu data terhadap data – data variabel lain.

Pengujian dapat dilihat dalam SPSS pada *tabel model summary* kolom Durbin, data yang baik adalah data yang tidak terjadi otokorelasi. Otokorelasi berdasarkan bahan informasi yang didapat adalah kondisi dimana terjadi korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu dan ruang. Autokorelasi dapat terdeteksi dengan menggunakan percobaan Durbin.



Nilai yang diberikan Durbin (d) berkisar antara 0 hingga 4, apabila nilai d semakin mendekati nol, maka dapat diasumsikan terjadi autokorelasi positif. Sedangkan bila d semakin mendekati 4 semakin besar bukti adanya otokorelasi negatif. Nilai $d = 2$ dan sekitarnya dapat diasumsikan tidak ada otokorelasi positif maupun negatif. Nilai Durbin ini merupakan nilai yang telah diketahui dan dianalisis melalui beberapa sumber data variabel.

H. Regresi Linear Sederhana

Analisis data regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur seberapa pengaruh satu variabel dan variabel lainnya. Pada penelitian ini, penulis atau peneliti ingin mengetahui pengaruh kecanduan media sosial terhadap perilaku konsumtif.

Rumus yang digunakan atau dipakai dalam analisis regresi linear sederhana ini penulis telah mencari tahu atau mencari informasi lebih dalam untuk dapat menentukan pengaruh – pengaruh yang akan didapat secara informatif dan terinci hingga akurat, maka apabila menggunakan rumus analisis regresi linear ini penulis tidak lagi menemukan hal – hal yang sulit dalam menghitung, rumus tersebut adalah :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel Respons atau variabel akibat (dependent)

X = Variabel Penyebab (Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Untuk mengetahui apakah besaran – besaran a dan b adalah signifikan atau tidak, maka dapat ditentukan dengan cara, *probability value* yaitu dengan menggunakan nilai – nilai *value* pada kolom Sig. jika nilai – nilai lebih kecil 5%, maka besaran – besaran β_0 dan β_1

akan bermakna. Adanya penentuan ini, agar peneliti atau penulis dapat melakukan peninjauan secara pasti dan konkrit.

Untuk menghitung analisis nilai regresi, peneliti telah menentukan atau memberikan rumus $Y = a + bX$, yang dimana rumus mencari nilai a dan b yaitu :

$$a = \frac{(\sum y) \cdot (\sum x^2) - (\sum x) \cdot (\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

ini sangat berguna atau sangat dipakai dalam mencari nilai regresi linear. Peneliti juga telah mencari dan mendapatkan nilai satuan untuk 116 responden data dengan nilai sebesar 0,574. Nilai a sebesar 8,363 nilai ini merupakan konstanta atau keadaan saat variabel perilaku konsumtif belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel kecanduan media sosial sebagai variabel x1.

Jika variabel independen tidak ada maka variabel perilaku konsumtif tidak mengalami perubahan. b1 (nilai koefisien regresi x1) sebesar 0,574 menunjukkan bahwa variabel kecanduan media sosial memiliki atau mempunyai pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kecanduan media sosial maka akan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 0,574 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan hasil uji regresi :

Tabel 4.27
Hasil Analisis Regresi

Model Summary





Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.499 ^a	.249	.242	4.355

a. Predictors: (Constant), Kecanduan_Media

J. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui nilai hasil uji koefisien determinasi, maka peneliti harus melihat nilai R Square pada tabel 4.27 dengan nilai sebesar 0,242. Maka berdasarkan tabel 4.27 hasil analisis regresi dipengaruhi nilai koefisien R square sebesar 0,242 atau 24,2% sehingga peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa besarnya adanya pengaruh variabel ketergantungan media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,242 atau 24,2%.

Maka sebesar 24,2%, merupakan persentase pengaruh ketergantungan media sosial terhadap perilaku konsumtif dan sedangkan sisanya $100\% - 24,2\% = 75,8\%$ dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain. Uji koefisien Determinasi ini memiliki rumus

Rsquare yaitu :

$$R^2 = 1 - \frac{RSS}{TSS}$$

Dimana :

R^2 = Determinasi Koefisien / *Coefficient of Determination*

RSS = Jumlah Determinasi Kuadrat / *Sum of Squares of Residuals*

TSS = Total Determinasi Kuadrat / *Total Sum of Squares*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

