

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (x): *Compulsive Buying*
2. Variabel Tergantung (y) : *Psychological Well Being*

B. Definisi Operasional

1. *Psychological Well Being*

Psychological well being merupakan suatu kondisi psikologis penggemar guna menerima potensi dalam diri penggemar yang meliputi kelebihan dan kekurangannya. Penggemar akan menerima dirinya dan potensi dengan respon positif dan membangun relasi pada lingkungan sekitar.

Menurut Ryff & Kayes (1995) menyebutkan bahwa *Psychological well being* terdiri dari 6 dimensi yang terdiri dari penerimaan diri, Penerimaan diri merupakan suatu keadaan dimana generasi Z akan terus melakukan suatu hal hingga dirinya merasa bahwa generasi z mampu mendapatkan apa yang diinginkan, pengembangan diri, Pengembangan diri merupakan suatu keadaan dimana generasi Z mengembangkan emosional dalam diri hingga menjadi pribadi yang positif, tujuan hidup, tujuan hidup merupakan suatu keadaan dimana seseorang memiliki suatu tujuan untuk mencapai suatu keinginan. Hubungan positif dengan orang lain, hubungan positif dengan orang lain merupakan suatu keadaan dimana seseorang merasa bahwa dirinya harus bersikap positif terhadap

orang lain. Penguasaan lingkungan, penguasaan lingkungan merupakan suatu keadaan dimana generasi Z harus mengamati lingkungannya Untuk menciptakan kondisi yang positif dalam diri. Otonomi,otonomi merupakan suatu hal yang dimana generasi Z akan menentukan suatu keputusan tersendiri dalam melakukan pembelian.

2. *Compulsive Buying*

Compulsive Buying pada penggemar K-POP merupakan keadaan dimana individu melakukan pembelian secara rutin dan berulang ulang hingga menyebabkan individu merasa kecanduan dengan suatu barang yang menurutnya tidak terlalu digunakan dengan tujuan mengurangi stres dan merasa bahagia dengan apa yang telah dilakukannya.

Variabel *Compulsive Buying* Menggunakan alat ukur skala pembelian kompulsif yang dikembangkan oleh Valence dan d'Astous. (1988), yaitu: *tendency to spend, urge to buy or shop, dan postpurchase guilt*. Skala ini yang telah di adaptasi oleh Pasya (2023).

C. Subjek Penelitian

Pemilihan kriteria ini menggunakan *non probability sampling* dengan melakukan pemilihan menggunakan *Purposive sampling* yang dimana pemilihan kriteria ini menentukan sample dengan suatu pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020).

Subjek dari penelitian ini adalah individu yang pernah mengikuti berbagai acara Korea, Bergabung dalam komunitas fandom, menyukai berbagai hal yang berhubungan dengan Korea, Terobsesi dengan K-POP, Pernah melakukan Pembelian barang K-POP, Gen Z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 .

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yakni dengan cara pengambilan data dalam jumlah banyak untuk mendapatkan informasi dengan tujuan memecahkan masalah. Menurut Sugiyono (2020) Metode Kuantitatif merupakan metode penelitian yang secara lebih rinci diberikan pada bab 2 dan metode ini juga merupakan penelitian berupa angka dan analisis statistik.

Metode Dalam penelitian adalah kuantitatif korelasional pengaruh Menurut (Azwar, 2010) penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian ini menggunakan model Skala *Likert* yang dibuat menjadi lima pilihan jawaban yakni sangat sesuai (SS), sesuai(S), tidak sesuai (TS), netral (N), dan sangat tidak sesuai(STS). Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur suatu persepsi atau keadaan sosial seseorang yang telah ditetapkan secara spesifik (Sugiyono,2020).

1. *Psychological well being*

Dalam penelitian ini peneliti menyusun alat ukur dengan skala yang terbentuk dengan dimensi menurut Ryff and Keyes (1995) yang meliputi penerimaan diri,perkembangan seseorang, tujuan hidup, hubungan positif dengan orang lain, penguasaan lingkungan, otonomi. Skala ini menggunakan Skala *Likert* dengan 5 pilihan jawaban yang meliputi, sangat sesuai, sesuai, netral,tidak sesuai dan sangat tidak sesuai.sebelum dilakukannya pembentukan aitem maka penulis melakukan *expert judgment* dan melakukan uji keterbacaan.

Tabel 1. Blueprint Psychological well being

Dimensi	Indikator	Butir aitem	
		<i>F</i>	<i>UF</i>
Penerimaan diri	Menerima Kondisi Diri	1,4,5	2,3
	Selalu Berfikir Positif	6,7,8,10	9
Pengembangan diri	berkembang dengan Baik	11,13,14,15	12
	Mengembangkan Potensi Positif dalam diri	16,17	18,19
Tujuan Hidup	Memiliki tujuan dengan Baik	20,21,23,24	22
	Menyelesaikan Masalah Yang ada	25,26,29,30	27,28
Hubungan Positif dengan orang lain	Sosialisai dengan Lingkungan sekitar	31,32,34,35	33
	Mendukung Orang Lain Secara Positif	36,39,40	37,38
Penguasaan Lingkungan	Percaya diri ketika berada di keramaian	41	42,43
	Menunjukkan Kemampuan didepan banyak orang	45,46,47,48	44
Otonomi	Berani Mengambil Keputusan sendiri	49,50,52,53	51
	Berani Menunjukkan rasa terhadap Orang Lain.	54,55,56,58	57
	Total	41	17

2. *Compulsive Buying*

Variabel *Compulsive Buying* pada penelitian ini memodifikasi Alat ukur yang disusun oleh Pasya (2023). Alat ukur Ini merupakan adaptasi dari skala pembelian Kompulsif yang disusun oleh Valence dan d'Astous (1988), Aspek dari skala ini meliputi *tendency to spend*, *urge to buy or shop*, dan *postpurchase guilt*. Pada penelitian ini peneliti

melakukan modifikasi skala dengan menambah 19 aitem dengan menambah 6 aitem pada aspek *Tendency to spend*, pada Aspek *Urge to buy or shop* Peneliti menambah 5 aitem dan pada *postpurchase guilt* peneliti melakukan penambahan aitem sebanyak 8 Aitem. Selain itu peneliti juga melakukan modifikasi pada aitem nomer 6, aitem 8 dan aitem no 11. Peneliti melakukan modifikasi aitem sebab peneliti menyesuaikan subjek penelitian sehingga peneliti modifikasi beberapa aitem. Blue Print *Compulsive Buying* sebagai Berikut.

Tabel 2. BluePrint Compulsive Buying

aspek	F	UF	Jumlah
Tendency to spend	1,2,4,7,8,9,10	3,5,6	10
urge to buy or shop	11,13,14,15,16,17,19,20	12,18	10
postpurchase guilt	21,23,24,26,28,29	22,25,27,30	10
total	21	9	30

E. Metode Analisis Data

Metode Analisis data yang digunakan adalah dengan berfokus pada hipotesis yang telah ditentukan peneliti, apakah ada pengaruh pada *Compulsive Buying* terhadap *psychological well being* pada generasi Z terkhusus nya penggemar musik Korea dan menggunakan SPSS 25 for windows.

1. Uji asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas sendiri merupakan alat untuk mengetahui apakah dalam sebuah analisis regresi mempunyai distribusi normal dengan kaidah bahwa ketika $p > 0.005$ maka data tersebut normal dan ketika p

< 0.005 maka data tersebut tidak normal. Pengujian normalitas ini.(Machiali 2021).

b. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk mengukur variabel X dan variabel Y yakni Variabel Y meliputi *Psychological Well Being* dan Variabel X yakni *Compulsive Buying* dengan menggunakan SPSS 25 for windows. Dalam uji linearitas ini dapat dinilai Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel memiliki hubungan yang linier. Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka variabel memiliki hubungan yang tidak linier (Machali, 2021).

2. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Compulsive Buying* terhadap psychological well being generasi Z dan Uji Hipotesis pada penelitian ini adalah pengaruh antar variabel semakin tinggi compulsive buying maka semakin rendah psychological well being. Uji Hipotesis pada penelitian ini adalah Uji Regresi linear sederhana merupakan salah satu metode statistik inferensial yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel independen/prediktor (X) terhadap satu variabel dependen/kriteria (Y) dan memprediksi variabel dependen tersebut dengan menggunakan variabel independen (Machali,2021).

F. Kredibilitas

1. Validitas

Validitas merupakan sebuah akurasi suatu tes dalam suatu pengukuran yang dimana pengukuran bisa dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila data yang telah didapat terlihat akurat (Azwar, 2021)

dan dalam penelitian ini menggunakan Validitas isi dengan koefisien menggunakan *Aiken's V*. Menurut Azwar.2021 Validitas ini merupakan validitas untuk mengukur sejauh mana kelayakan suatu test dengan rumus *Aiken's v* sebagai berikut:

$$V = \sum s / [n(C-1)].$$

Keterangan :

$S = r - l_0$

l_0 = Angka Penilaian Validitas Yang Terendah

C = Angka Penilaian Validitas Tertinggi

r = Angka Yang Diberikan Penilai

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian adalah pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Menurut Azwar (2021) Reliabilitas merupakan pengukuran guna menghasilkan data yang dipercaya dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran dengan hasil yang relatif sama. penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Skala ini dikatakan reliabel jika skor Alpha Cronbach berada di atas atau sama dengan 0,8 ($\alpha \geq 0,8$) (Azwar,2021).

G. Rancangan Penelitian

Rancangan dari penelitian merupakan suatu tahap dimana penelitian akan dilakukan. ini adalah :

1. Tahap Pertama

Tahap Pertama pada Penelitian ini adalah menentukan judul dan tema yang dimana akan digunakan untuk pengambilan data. Pengambilan judul dan tema disesuaikan dengan fenomenologi atau hal hal yang sedang menjadi perbincangan generasi Z.

Dalam penentuan judul ini Penulis menelaah kembali kasus ini patut atau tidak untuk dilakukan penelitian mengenai banyaknya remaja yang membeli suatu mearch secara berlebihan. Setelah menentukan judul peneliti melakukan penyusunan indikator pada alat ukur konstruksi yakni alat ukur psychological well being, setelah melakukan penyusunan indikator peneliti melakukan expert judgment pada indikator yang dilihat mana indikator yang digunakan dan mana indikator yang gugur dilanjutkan dengan penyusunan aitem dan melakukan kembali expert aitem. Pada perhitungan expert aitem ini peneliti melihat manakah aitem yang digunakan untuk uji coba dan mana aitem yang gugur. Setelah melakukan uji coba peneliti kembali melakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS 25 for windows.

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas peneliti melakukan pengambilan data menggunakan aitem yang tidak gugur pada tahap validitas dan reliabilitas pada expert uji coba. Setelah melakukan pengambilan data peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan daya diskriminasi untuk melihat apakah ada aitem yang gugur atau tidak.

2. Tahap Kedua

Tahap kedua penelitian ini adalah mengambil data dengan skala yang telah ditentukan. Skala hasil konstruksi dan modifikasi dari beberapa

alata ukur.Pada tahap ini penulis menyebar pengambilan data pada generasi z melalui google formulir yang dibagikan secara online. Dalam penyebaran skala secara online ini maka data yang masuk akan otomatis terekam di google. Namun, sebelum membuat skala peneliti akan memodifikasi beberapa alat ukur dan aitem yang ada agar sesuai dengan apa yang menjadi point utama penelitian.

Peneliti akan melakukan uji coba untuk mendapatkan hasil yang cukup untuk bisa disebar luaskan. Dengan adanya uji coba atau Try out ini maka data yang di ambil diharapkan akan sesuai dengan jumlah yang telah disusun dan mendapatkan hasil validitas dan reliabilitas yang sesuai.

3. Tahap Ketiga

Pada tahap ketiga peneliti akan mendapatkan hasil dari hasil skala yang sebelumnya telah disebar luaskan pada responden melalui patform yang ada, maka dari itu pada tahap akhir ini adalah tahap dari pengumpulan data atau menganalisis hasil dari skala yang telah dibagikan.