

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif Eksplanatori. Pendekatan kuantitatif merupakan jenis pendekatan dengan menggunakan survei untuk dijadikan sebagai alat pengumpulan data (Indrasari et al., 2019). Menurut Sugiyono (2018:7), pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan survei yang disebarkan kepada target responden dimana hasil akhir yang akan diperoleh adalah berupa statistik.

Dalam pendekatan kuantitatif, peneliti akan menerapkan penggunaan metode survei dengan instrument kuesioner yang disebarkan kepada target responden yang telah ditetapkan. Paradigma yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif ini ialah paradigma positivism dimana setiap peneliti memberikan penekanan pada fenomena yang didasari pada pengolahan angka melalui data yang dikumpulkan (Nugroho, 2018:11).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sebuah wilayah yang ditetapkan untuk memberikan kemudahan dalam proses mengumpulkan data. Sampel dapat diartikan sebagai sebuah karakter dari responden yang ditetapkan ataupun tidak ditetapkan oleh peneliti dimana berperan penting dalam pengumpulan data. Terdapat dua jenis sampling dalam sebuah studi, yaitu sampling probabilitas dan non-probabilitas. Sampling probabilitas merupakan pengambilan sampel yang dilakukan secara acan sedangkan non-probabilitas adalah sampling yang diambil berdasarkan penetapan yang dilakukan oleh peneliti (Sugiyono, 2018:131-136).

Populasi yang ditetapkan oleh peneliti berada di kawasan Jabodetabek. Hal ini dikarenakan peneliti ingin memfokuskan gaya hidup masyarakat pada kawasan yang berpenghasilan lebih tinggi (Wahbi dan Ariwibowo, 2019). Sebagaimana yang diketahui, kawasan Jabodetabek merupakan kawasan dengan penghasilan yang begitu besar, sehingga gaya kehidupannya pun juga terbelang kategori yang hedon. Peneliti menerapkan teknik *sampling* berupa *simple random sampling*,

merupakan sebuah jenis sampling dimana target responden ditentukan secara acak sehingga para individu memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam penelitian (Pratama dan Wulanyani, 2018).

Pemilihan jumlah responden ditetapkan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Isac Michel (Gifani dan Syahputra, 2017). Peneliti memutuskan untuk menerapkan penggunaan rumus Isac Michel dikarenakan jumlah dan sampel populasi tidak dapat dirincikan secara detail sehingga penentuan ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$N = \left[\frac{\left(\frac{Z_{\alpha}}{2} \right)^2 p \cdot q}{e^2} \right] \dots \dots \dots (3.1)$$

Nilai α di dalam penelitian ini adalah sebesar lima persen dimana tingkat kepercayaan adalah sebesar 95 persen. Tingkat kepercayaan tersebut kemudian dihitung dan mendapatkan hasil sebesar 1.96, maka confidence interval adalah sebesar 1.96 (Ismail, 2018). *Margin of error* di dalam studi ini yaitu 10% persen dan untuk peluang probabilitas adalah sebesar 0.5. Maka perhitungan akan dibuat menjadi berikut:

$$N = \left[\frac{(1.96)^2 0.5 \cdot 0.5}{0,10^2} \right] = 96,04$$

Maka berdasarkan perhitungan tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden dimana hal tersebut sesuai dengan minimal responden yang diperlukan yaitu dari 30 hingga 500 responden (Ruslan, 2019; Sugiyono, 2015).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti sendiri sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diambil dari internet (Imron, 2019). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Sumber akan memberikan bantuan bagi peneliti untuk dapat membentuk penelitian dengan unsur ontologi, epistemologi, dan aksiologi

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Tabel 3.1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Intensitas penggunaan media sosial adalah situasi dimana setiap individu menggunakan waktu yang sangat lama di dalam menggunakan media sosial. Intensitas juga dapat dikatakan sebagai tingkat keseringan dari para individu dalam menggunakan media sosial	<ul style="list-style-type: none"> •Perhatian •Waktu •Kegiatan 	Anggraini (2019)	likert
Harga diri	Harga diri adalah situasi dimana setiap individu memperlihatkan kepribadiannya dimana dirinya ingin dihargai oleh lingkungan sekitarnya.	<ul style="list-style-type: none"> •Menghargai orang lain •Mengendalikan diri •Menerima kritikan <ul style="list-style-type: none"> •Menyukai tantangan •Mengekspresikan diri 	Alfilail & Vhalery (2020)	likert
Citra diri	Citra diri adalah bentuk persepsi dari para individu terkait karakter yang ditunjukkannya dengan bergaya ketika sedang berinteraksi	<ul style="list-style-type: none"> •Kesesuaian diri yang sebenarnya •Kesesuaian diri yang ideal •Kesesuaian diri yang sosial •Kesesuaian diri yang sosial ideal 	Safitri & Riptiono (2020)	likert
Psychology of money	<i>Phycological meaning of money</i> adalah perilaku yang diberikan oleh para individu dimana menunjukkan bahwa dirinya sangat menyukai berbelanja untuk membentuk gaya hidup yang sesuai dengan lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> •Value •Importance •Personal involvement •Time spent •Comfort •Money as source of power •Kemampuan mengelola uang 	Nadzir & Ingarianti (2015)	likert
Gaya Hidup Hedonis	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya dengan boros	<ul style="list-style-type: none"> •Kegiatan •Minat •Opini 	Azizah (2020)	likert

Tabel diatas merupakan tabel untuk definisi operasional variabel dimana setiap pengukurannya akan menggunakan pengukuran skala likert. Menurut Imron (2019), skala likert pada umumnya digunakan untuk meneliti perilaku serta perspektif yang dimiliki oleh para individu di dalam masyarakat. Berikut merupakan skor jawaban yang akan digunakan dalam penyebaran kuesioner dengan menggunakan lima skala :

Tabel 3.2 Skor Pengukuran Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa skala 5 mewakili “Sangat setuju” sedangkan skala 1 mewakili “sangat tidak setuju”.

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan regresi berganda. Hal ini dikarenakan peneliti melakukan penelitian terhadap lebih dari satu variabel. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan melakukan pengujian terhadap validitas, reliabilitas, normalitas, dan korelasi kemudian dapat dilanjutkan kepada regresi berganda.

Pengolahan data yang dilakukan sebagai dari penelitian ini menggunakan program SPSS 26.0 (*Statistical Program for Social Sciences*). Data ini ditunjukkan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang cepat dan lebih akurat.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah alat yang tepat dalam mengukur suatu data yang dikumpulkan untuk melihat tingkat ketepatan dari kuesioner yang telah disebarakan. Uji validitas perlu dilakukan dalam sebuah penelitian untuk menguji

pertanyaan yang diberikan apakah memiliki tingkat validitas atau ketepatan yang kuat atau tidak (Arifin, 2017). Dalam melakukan uji validitas, peneliti dapat menggunakan SPSS ataupun rumus dengan menggunakan *product moment*, yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XiXt - (\sum Xi) \cdot (\sum Xt)}{\sqrt{n (\sum Xi)^2 - (\sum Xi)^2} \cdot \sqrt{n (\sum Xt)^2 - (\sum Xt)^2}} \dots\dots\dots(3.2)$$

Gambar 3.1. Rumus Validitas

Sumber: Wartono (2017)

Peneliti melakukan uji validitas kepada 10 responden dan untuk pernyataan yang kurang valid akan dihapus oleh peneliti agar memberikan sebuah hasil yang lebih valid kembali pada penyebaran selanjutnya (Ruslan, 2019). Validitas merupakan bagian terpenting sebelum dilanjutkan kepada pengujian hipotesis. Dalam pengujian ini, nilai yang diperlukan agar data dikatakan valid adalah harus lebih besar dibandingkan dengan nilai 0.6.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah temuan dari pengukuran untuk melihat penggunaan indikator dengan instrument pertanyaan yang diberikan memiliki tingkat konsistensi yang akurat atau tidak (Imron, 2019). Dengan menggunakan uji reliabilitas maka indikator pada variabel dapat diukur dan dilihat tingkat konsistensi yang terdapat di dalam indikator tersebut (Manik, 2017). Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right] \dots\dots\dots(3.3)$$

Gambar 3.2. Rumus Reliabilitas

Sumber: Imron (2019)

Keterangan:

r = Instrumen reliabilitas

k = Jumlah pertanyaan

σ^2 = Total varian

$\sum \sigma b^2$ = Total varian butir

Peneliti melakukan pengujian terhadap data yang dikumpulkan dengan menggunakan nilai patokan yaitu harus lebih besar dari 0.6 agar data dapat dikatakan reliabel.

3.5.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mampu memberikan sebuah keyakinan pada suatu penelitian. Kegunaan dari uji hipotesis adalah sebagai sebuah keputusan akhir dimana peneliti akan menolak ataupun menerima hipotesa yang telah dibuat berdasarkan dari temuan pengolahan analisa data yang sudah dijalankan (Wartono, 2017). Maka, hipotesis pada studi ini adalah:

1. **Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap gaya hidup hedonis**

H₀: terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap gaya hidup hedonis

H_a: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap gaya hidup hedonis

2. **Pengaruh intensitas citra diri terhadap gaya hidup hedonis**

H₀: terdapat pengaruh yang signifikan antara citra diri terhadap gaya hidup hedonis

H_a: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra diri terhadap gaya hidup hedonis

3. **Pengaruh intensitas harga diri terhadap gaya hidup hedonis**

H₀: terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap gaya hidup hedonis

H_a: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap gaya hidup hedonis

4. **Pengaruh intensitas *psychology of money* terhadap gaya hidup hedonis**

H₀: terdapat pengaruh yang signifikan antara *psychology of money* terhadap gaya hidup hedonis

H_a: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *psychology of money* terhadap gaya hidup hedonis

5. **Pengaruh intensitas penggunaan media sosial, cira diri, harga diri dan *psychology of money* terhadap gaya hidup hedonis**

H0: terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial, citra diri, harga diri dan *psychology of money* terhadap gaya hidup hedonis

Ha: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial, citra diri, harga diri dan *psychology of money* terhadap gaya hidup hedonis

3.5.4 Uji Parsial (t)

Pengujian regresi membutuhkan adanya uji parsial untuk mencari tahu pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji t. Dalam pengujian ini, dibutuhkan adanya nilai hipotesis H0 sama dengan nol sehingga hipotesis dapat diterima dan dinyatakan ada pengaruh antara variabel bebas terhadap terikat (Ratnasari, 2017).

3.5.5 Uji Simultan (F)

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi yang dimiliki secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini, rumus yang akan digunakan adalah sebagai berikut (Ratnasari, 2017):

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ artinya, tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap keberhasilan usaha.

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ artinya, ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap keberhasilan usaha.

Gambar 3.3. Rumus Uji Simultan
Sumber: Ratnasari (2017)

3.5.6 Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi adalah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besar koefisien korelasi berkisar antara +1 sampai dengan -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (strength) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel. Jika nilai koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah yang berarti nilai variabel X tinggi dan nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika nilai koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik yang berarti nilai variabel X tinggi dan nilai variabel Y akan menjadi rendah dan sebaliknya. Metode yang digunakan penulis untuk menguji koefisien korelasi adalah korelasi product moment dimana data

memiliki skala interval. Rumus menghitung koefisien korelasi dengan metode korelasi product moment adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (3.4)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi r

X = Skor distribusi variabel X

Y = Skor distribusi variabel Y

N = Banyaknya pasangan skor X dan skor Y

3.5.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menguji seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Nilai kuadrat korelasi antara 0 dan 1. Jika ditemukan nilai mendekati 1, maka variabel independen dinyatakan memberikan pengaruh kepada variabel dependen. Kemudian, peneliti melakukan analisis persentase pengaruh yang diukur dengan rumus (Ratnasari, 2017):

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD: Koefisien determinasi

r: Koefisien korelasi