

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian jenis kuantitatif dengan paradigma positivisme. Creswell dan David (dalam Aryaputra, 2021, 46) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah pengujian teori dengan mengevaluasi korelasi antar variabel. Penelitian menjadi lebih akurat karena variabel berupa data angka dapat diukur menggunakan prosedur statistik. Hal ini juga dikatakan oleh Sugiyono (2013, p.7), data dari penelitian kuantitatif ditunjukkan dalam bentuk angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik. Sugiyono (2013, pp. 7-8) dalam bukunya juga melengkapi bahwa metode kuantitatif disebut dengan metode tradisional karena menjadi tradisi sebagai metode penelitian dan sudah digunakan dalam kurun waktu yang lama. Selain itu, berdasarkan filsafat positivisme, metode kuantitatif juga disebut sebagai metode positivistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan dengan cara meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumbulkan data, lalu menganalisis data secara statistik. Filsafat positivisme melihat suatu fenomena itu terukur, konkret dan merupakan hubungan sebab akibat.

Sifat dari penelitian kuantitatif yang peneliti lakukan adalah eksplanatif. Bungin (2017, p.46) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatif dilakukan untuk menjelaskan suatu hubungan, perbedaan, atau pengaruh dari satu variabel ke variabel lainnya. Hal ini juga menyebabkan penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis. Selain itu, Kriyantono (2014, p.167) menuliskan bahwa penelitian yang bersifat eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih. Untuk mencari hubungan dari suatu terpaan berita kepada perilaku khalayak, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik yang

bersifat eksplanatif. Penelitian ini akan meneliti hubungan antara dua variabel yaitu, terpaan berita dan perilaku konsumtif generasi Z yang datanya akan diperoleh melalui penelitian kuantitatif dan diuji secara statistik.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Dalam bukunya, Sugiyono (2013, p.7) menuliskan bahwa metode yang termasuk dalam penelitian kuantitatif adalah eksperimen dan survei. Menurut Kriyantono (2014, p.59), survei memiliki arti sebagai salah satu metode riset dengan kuesioner untuk mendapat informasi dari beberapa responden untuk mewakili populasi. Metode survei menggunakan sampel yang merepresentasikan populasi sehingga generalisasi menjadi lebih akurat, berbeda dengan eksperimen yang membutuhkan kelompok kontrol (Sugiyono, 2019, p.36). Metode survei menurut Sugiyono (2013, p.6) ini digunakan untuk mendapatkan data dari suatu tempat dengan cara pengumpulan data seperti mengedarkan kuesioner, test, dan wawancara yang terstruktur. Creswell dan David (Creswell & Creswell, 2018, p.147) juga menuliskan bahwa survei dapat menguji hubungan antar variabel dalam suatu populasi melalui sampel sebagai representatif dari populasi tersebut. Survei juga dapat menyajikan gambaran kuantitatif dari tren, sikap, dan pendapat dari sebuah populasi.

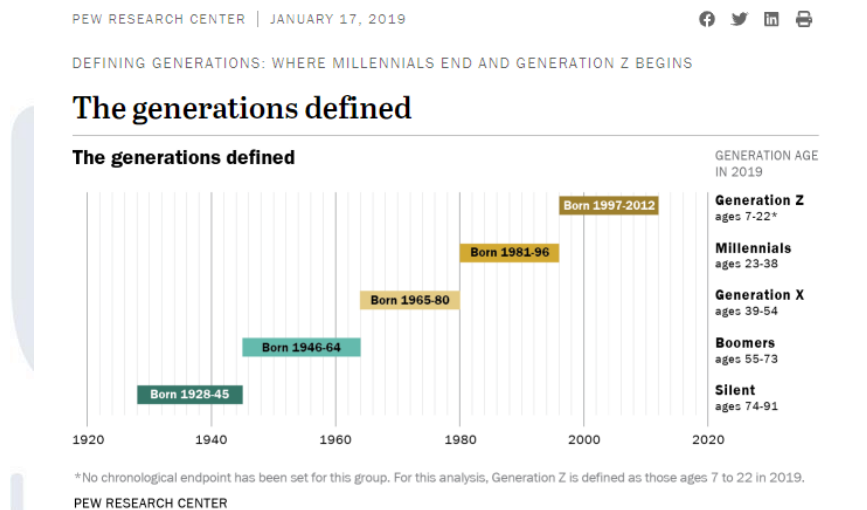
Dengan ini, peneliti menggunakan metode survei dengan cara mengedarkan kuesioner dan untuk menguji hipotesis dari sampel suatu populasi tertentu. Data dari survei sampel yang sudah terkumpul akan digunakan untuk melihat hubungan variabel terpaan media dengan variabel perilaku konsumtif. Data tersebut juga akan diuji untuk melihat apakah ada hubungan antara terpaan berita *fashion* dan *beauty* dengan perilaku konsumtif dari generasi Z khususnya di media Female Daily.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013, p.80) merupakan suatu generalisasi objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z. Penelitian Pew Research Center menyatakan bahwa generasi Z merupakan individu yang lahir tahun 1997 hingga 2012. Terdapat 74,93 juta penduduk generasi Z di tahun 2020 yang tercatat pada Badan Pusat Statistik 2021. Pada tahun 2021 menurut data Kementerian Dalam Negeri terdapat 68.662.815 jiwa generasi Z. Penelitian ini memilih generasi Z di DKI Jakarta untuk diteliti sehingga populasi dari penelitian ini adalah 2.663.412 penduduk.

Gambar 3. 1 “The Generations Defined”



Sumber: Pew Research Center

MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3.2 Sampel

Sugiyono (2013, p.81) menuliskan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi dan memiliki karakteristik yang sama. Pengetahuan yang diperoleh dari sampel dapat digunakan juga untuk menyimpulkan populasi secara umum. Dengan syarat sampel yang diambil dari populasi mampu mencerminkan populasi secara keseluruhan. Rumus Slovin (dalam Patariato, 2015, p.31 ) menjelaskan bahwa untuk peresentase toleransi ketidakteelitian pengambilan sampel 10% dapat ditolerir. Selain itu, rumus slovin (dalam Patariato, 2015, p.31 ) juga menuliskan bahwa:

Nilai  $e$  (margin of error) = 0,1 (10%) untuk jumlah populasi besar

Nilai  $e$  (margin of error) = 0,2 (20%) untuk jumlah populasi kecil

Selain itu, Batlett, Kotrlik, dan Higgins (2011, p. 45) menuliskan bahwa margin of eror atau yang juga disebut dengan tingkat alfa 0,10 atau yang lebih rendah dapat diterapkan pada penelitian yang berfokus pada identifikasi hubungan, perbedaan, atau fenomena stastistik marginal. Adanya keterbatasan waktu juga menjadi alasan yang kuat untuk penelitian ini menggunakan toleransi 10%. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan toleransi ketidakteelitian sebesar 10%.

Teknik sampling menurut Sugiyono (2013, p. 81) adalah teknik yang menentukan sampel dalam penelitian. Teknik sampling non-probabilitas adalah metode ketika tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Penelitian ini akan menggunakan teknik sampling non-probabilitas khususnya *sampling purposive*. Sugiyono (2013, p. 85) menjelaskan bahwa sampling purposive adalah teknik untuk menentukan sampel dengan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria tersebut adalah generasi Z

(khususnya lahir tahun 1997 – 2012), membaca berita female daily, dan juga berdomisili di Jakarta.

Sampel akan ditentukan dengan rumus slovin (dalam Kurniawan, et al., 2021, p. 1352).

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = toleransi ketidaktelitian (10%)

Dengan rumus ini, maka perhitungan sampel yang akan diambil adalah:

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

$$n = \frac{2.663.412}{1 + 2.663.412 (0,01)}$$

$$n = 99,99625$$

Hasil akhir dari perhitungan ini adalah 99,99625 sehingga akan dibulatkan menjadi 100 sampel. Artinya, peneliti akan menyebarkan kuesioner hingga mendapatkan 100 jawaban.

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan
Terpaan Media (X)	Frekuensi	Jumlah konsumsi berita dalam satuan waktu	Dalam satu minggu, seberapa sering anda membaca berita?
			Dalam satu minggu, seberapa sering anda membaca berita mengenai <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily
	Durasi	Lama waktu mengonsumsi berita	Dalam satu hari, berapa lama waktu yang anda habiskan untuk membaca berita mengenai <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily
Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian Impulsif (Impulsive Buying)	Pembelian barang yang didasari oleh keinginan sesaat tanpa	Saya mudah tertarik membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> setelah membaca berita <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily

		mempertimbangkan yang terjadi kemudian dan bersifat emosional	Saya segera membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> tanpa rencana setelah membaca berita <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily
			Saya membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> tanpa memikirkan nominal uang yang dikeluarkan dan fungsi atau kegunaan produk tersebut setelah membaca berita <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily
	Pemborosan (Wasteful Buying)	Penghamburan dana di luar kebutuhan yang jelas	Saya sering membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di luar kebutuhan setelah membaca berita <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily
			Saya membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama
			Saya mampu menghabiskan sebagian uang untuk membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> walaupun barang tersebut belum dibutuhkan

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

			Saya tidak memikirkan jumlah uang yang dikeluarkan ketika membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i>
Mencari Kesenangan (Non Rational Buying)	Pembelian barang untuk mencari kesenangan dan kenyamanan ketika mengikuti tren		Saya merasa kegiatan berbelanja adalah kegiatan yang menyenangkan
			Saya merasa kegiatan berbelanja adalah kegiatan yang membuat saya nyaman
			Setelah membaca berita <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily, saya membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> untuk mengikuti tren
			Saya senang membeli barang <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> yang terkenal di masyarakat setelah membaca berita <i>fashion</i> dan <i>beauty</i> di female daily

Sumber: Olahan Peneliti



### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling strategis dalam penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara. Secara umum, teknik pengumpulan data dibagi menjadi empat teknik seperti observasi atau pengamatan, wawancara, kuesioner atau angket, dokumentasi, dan juga gabungan dari keempatnya. Sedangkan, menurut sumber datanya, pengumpulan data dibagi menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data dan sumber data sekunder adalah sumber data yang membutuhkan perantara sebelum diberikan kepada pengumpul data seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2013, pp. 224-225). Penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan sumber data primer untuk mengumpulkan data. Sugiyono (2013, pp. 142-143) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan tertulis dan disebarakan kepada responden. Metode ini efisien ketika peneliti mengetahui variabel yang diukur. Kuesioner ini cocok untuk jumlah respon besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner sendiri dapat berupa pertanyaan tertutup, terbuka, atau diberikan langsung melalui internet. Pertanyaan tertutup berarti pertanyaan dengan jawaban singkat atau sudah tersedia jawaban sehingga responden hanya akan memilih dari salah satu jawaban. Penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup.

Penelitian kuantitatif akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Instrumen tersebut digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dan jumlah instrumen tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan bertujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat sehingga dibutuhkan skala pengukuran untuk setiap instrumennya. Dengan skala pengukuran, nilai dari variabel yang diukur dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga menjadi lebih akurat, efisien, dan komunikatif. Dalam pengukuran sikap, penentuan tingkat sikap

sekelompok orang dapat dilakukan dengan mengidentifikasi pada skala sikap tertentu. Beberapa skala sikap menurut Sugiyono adalah skala likert, skala Guttman, *rating scale*, dan *semantic Deferential*. Penelitian ini akan menggunakan skala Likert karena skala ini digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Fenomena sosial dalam penelitian ini ditentukan secara khusus sebagai variabel. Dengan menggunakan skala Likert, variabel akan diuraikan menjadi indikator variabel dan indikator tersebut menjadi dasar untuk merancang instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2013, pp. 92-93).

Sugiyono (2013, pp. 93-94) juga menjelaskan bahwa jawaban dari skala Likert memiliki rentang dari yang sangat positif hingga sangat negatif. Contohnya adalah:

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Ragu-ragu
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

Atau jawaban lainnya seperti:

- a. Sangat baik
- b. Baik
- c. Tidak baik
- d. Sangat tidak baik

Untuk keperluan analisis kuantitatif, jawaban itu dapat diberi skor seperti:

- 1. Sangat setuju      5
- 2. Setuju              4
- 3. Ragu-ragu         3

4. Tidak setuju 2
5. Sangat tidak setuju 1

Namun, Kriyantono (2014, p.137) menjelaskan bahwa adanya kategori jawaban tengah seperti ragu-ragu dapat bermakna ganda yaitu belum bisa memberikan jawaban, netral, atau memang ragu-ragu. Jawaban netral ini juga dapat mengakibatkan hilangnya data penelitian. Dalam hal ini, Kriyantoro memutuskan bahwa jawaban ragu-ragu dalam pengukuran skala Likert dapat dihilangkan. Penelitian ini juga memutuskan akan menghilangkan jawaban ragu-ragu untuk mencegah hilangnya data penelitian dan jawaban yang akan disediakan adalah sangat setuju, setuju, kurang setuju, dan tidak setuju.

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Sugiyono (2013, pp. 121-122 ) menjelaskan bahwa penggunaan instrumen yang valid dan reliabel dalam mengumpulkan data, maka hasil dari penelitian akan menjadi valid dan juga reliabel. Hal ini menjadi syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Valid berarti instrumen yang ada dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel belum tentu valid, tetapi instrumen yang valid, umumnya pasti reliabel. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa jumlah responden untuk uji validitas dan reabilitas minimal 30 responden supaya distribusi nilai mendekati normal.

Setelah membuat kuesioner sebagai bentuk instrumen dari sebuah penelitian, langkah yang harus diambil adalah menguji kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020, p. 63) rumus *Pearson Product Moment* atau rumus *Pearson* adalah rumus yang akan digunakan untuk menguji validitas.

Riyanto dan Hatmawan (2020, p. 64) menjelaskan bahwa hasil akhir akan dinyatakan valid atau tidak dengan:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka indikator dinyatakan valid
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel atau bernilai negatif, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui  $r$  hitung dan  $r$  tabel, Riyantono dan Hatmawan (2020, p.64) menambahkan bahwa  $r$  hitung dapat dilihat dari *corrected item total correlation*. Sedangkan, untuk  $r$  tabel sebagai nilai *degree off freedom* (df) dilihat dari  $df = n-2$ , dengan keterangan  $n$  adalah jumlah data responden.

Penelitian ini menggunakan 30 sampel responden untuk menguji uji validitas ini. Hal ini didukung oleh Sugiyono (2014) yang menyatakan bahwa supaya hasil uji mendekati kurva normal, uji validitas dilakukan dengan 30 responden. Berdasarkan pengujian validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Terpaan Media (X1)	Saya membaca berita 1-2 kali dalam seminggu (X.1)	0,372	0,3610	Valid
	Saya meBaca berita 3-6 kali dalam seminggu (X.2)	0,402		Valid
	Saya membaca berita setiap hari (X.3)	0,417		Valid

	Saya membaca berita fashion dan beauty di female daily 1-2 kali dalam seminggu (X.4)	0,493		Valid
	Saya membaca berita fashion dan beauty di Female Daily 3-6 kali dalam seminggu (X.5)	0,743		Valid
	Saya membaca berita fashion dan beauty di Female Daily setiap hari (X.6)	0,712		Valid
	Saya membaca berita fashion dan beauty di Female Daily selama 0-30 menit dalam satu hari (X.7)	0,644		Valid
	Saya membaca berita fashion dan beauty di Female Daily selama 30-59 menit dalam satu hari (X.8)	0,558		Valid
	Saya membaca berita fashion dan beauty di Female Daily lebih dari 59 menit dalam satu hari (X.9)	0,682		Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Saya mudah tertarik membeli	0,519	0,3610	Valid

barang fashion dan beauty setelah membaca berita fashion dan beauty di Female Daily (Y.1)			
Saya segera membeli barang fashion dan beauty tanpa rencana setelah membaca berita fashion dan beauty di Female Daily (Y.2)	0,720		Valid
Saya membeli barang fashion dan beauty tanpa memikirkan nominal uang yang dikeluarkan dan fungsi atau kegunaan produk tersebut setelah membaca berita fashion dan beauty di Female Daily (Y.3)	0,702		Valid
Saya sering membeli barang fashion dan beauty di luar kebutuhan	0,759		Valid

setelah membaca berita fashion dan beauty di Female Daily (Y.4)			
Saya membeli barang fashion dan beauty dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama (Y.5)	0,593		Valid
Saya mampu menghabiskan sebagian uang untuk membeli barang fashion dan beauty walaupun barang tersebut belum dibutuhkan (Y.6)	0,723		Valid
Saya tidak memikirkan jumlah uang yang dikeluarkan ketika membeli barang fashion dan beauty (Y.7)	0,654		Valid
Saya merasa kegiatan berbelanja adalah kegiatan yang menyenangkan (Y.8)	0,533		Valid

Saya merasa kegiatan berbelanja adalah kegiatan yang membuat saya nyaman (Y.9)	0,727	Valid
Setelah membaca berita fashion dan beauty di Female Daily, saya membeli barang fashion dan beauty untuk mengikuti tren (Y.10)	0,874	Valid
Saya senang membeli barang fashion dan beauty yang terkenal di masyarakat setelah membaca berita fashion dan beauty di Female Daily (Y.11)	0,822	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil dari uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel terpaan media (X) dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel yang ditetapkan sebesar 0,3610. Sugiyono (2009, p. 282) dalam bukunya menunjukkan bahwa r tabel untuk jumlah data responden 30 adalah 0,3610. Oleh karena itu, semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel yang menunjukkan bahwa instrumen yang



digunakan dalam penelitian ini valid dan layak untuk mengukur variabel yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel terpaan berita *fashion* dan *beauty* di female daily dan perilaku konsumtif geenrasi Z dinyatakan valid.

Sedangkan, menurut Sugiyono (2013, p. 121) reliabel berarti penggunaan instrumen beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Sugiyono (2013, p.124) menjelaskan bahwa pengukuran reliabel dilakukan melalui cara eksternal dan internal. Cara yang eksternal adalah *stability*, *equivalent*, serta gabungan *stability* dan *equivalent*. Sedangkan, untuk *internal consistency* dilakukan dengan cara mencoba instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasilnya dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas dari suatu instrumen. Paulina (2022, p. 44) menyatakan bahwa dalam pengujian reliabilitas, nilai Cronbach Alpha menentukan reliabilitas dari suatu variabel sehingga dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas  $> 0,6$ .

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS. Hasil uji reliabilitas variabel terpaan media dan perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas**

Variabel	N of Items	Cronbach's Alpha	Keterangan
Terpaan Media (X)	9	0,708	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	11	0,891	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini reliabel dan memiliki reliabilitas yang tinggi. Variabel terpaan media (X) yang terdiri dari 9 item memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,708. Sedangkan, variabel

perilaku konsumtif (Y) terdiri dari 11 item dan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,891. Kedua variabel ini memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner konsisten dari waktu ke waktu sehingga instrumen ini tepat digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Sugiyono (2013, p.8) menjelaskan bahwa menganalisis data yang berbentuk kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Setelah data penelitian terkumpul, data akan dianalisis secara kuantitatif dengan statistik deskriptif atau inferensial. Dalam Sugiyono (2013, p. 31), dijelaskan bahwa statistik inferensial dibagi menjadi statistik parametris dan statistik non-parametris, sedangkan statistik inferensial dilakukan pada sampel yang diambil secara acak. Menurut Sugiyono (2013, p.148), statistik inferensial merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasil berlaku untuk populasi. Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi atau gambaran tentang data yang telah terkumpul tanpa maksud menggeneralisasikan kesimpulan.

#### **3.7.1 Uji Normalitas dan Uji Homogenitas**

Uji normalitas dilakukan dengan cara menguji hipotesis yang sudah dirumuskan peneliti dengan statistik parametris seperti, *t-test* untuk satu sampel, korelasi, dan regresi, analisis varian, dan *t-test* untuk dua sampel (Sugiyono, 2013, p.171). Riyanto & Hatmawan (2020, p.81) menjelaskan bahwa uji normalitas data adalah pengujian untuk mengukur data yang

didapatkan itu normal atau tidak. Dasar dari pengambilan keputusan data tersebut normal atau tidak dilihat dari (Riyanto & Hatmawan, 2020, p.85):

1. Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dinyatakan data berdistribusi normal.
2. Jika hasil uji memiliki nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dinyatakan data tidak berdistribusi normal.

Uji homogenitas adalah uji prasyarat dalam analisis statistika yang menentukan bahwa sekelompok data yang digunakan berasal dari populasi dengan varian yang seragam. Homogenitas sendiri menunjukkan bahwa data yang diteliti memiliki karakteristik yang serupa. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menguji homogenitas, yaitu uji Barlett, Hartleu, Cochran, Levene, dan lain-lainnya. Beberapa uji ini merupakan uji homogenitas manual. Selain itu, terdapat uji homogenitas menggunakan aplikasi SPSS. (Widana dan Muliani, 2020, pp. 29-30). Menurut Widana dan Muliani (2020, p. 39), dengan menggunakan SPSS, uji homogenitas lebih mudah untuk dilakukan karena tidak melakukan perhitungan yang rumit. Berikut adalah kriteria pengambilan keputusan untuk uji homogenitas (Widana dan Muliani, 2020, p. 45):

- a. Jika nilai sig. lebih dari 0,05 maka kedua kelompok homogen.
- b. Jika nilai sig. kurang dari 0,05 maka kedua kelompok tidak homogen.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.7.2 Uji Hipotesis

Penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: tidak ada hubungan antara terpaan berita fashion dan beauty di Female Daily dengan perilaku konsumtif generasi Z di DKI Jakarta.

H<sub>a</sub>: ada hubungan antara terpaan berita fashion dan beauty di Female Daily dengan perilaku konsumtif generasi Z di DKI Jakarta.

Melihat hipotesis di atas, penelitian ini bertujuan untuk mencari ada atau tidaknya hubungan. Menurut Wulansari (2016, p. 91), analisis korelasi (hubungan) dilakukan dengan beberapa tujuan utama. Pertama, untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Kedua, untuk menilai seberapa erat hubungan antar variabel. Ketiga, untuk menentukan hubungan yang ditemukan itu signifikan dan meyakinkan atau sebaliknya, tidak signifikan dan tidak meyakinkan.

Sugiyono (2013, p.153) menjelaskan bahwa untuk menguji hipotesis hubungan dengan data yang berbentuk interval atau ratio, dapat menggunakan:

1. Korelasi Produk Moment  
Menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu dependen
2. Korelasi Ganda  
Menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen
3. Korelasi Parsial  
Menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih, bila terdapat variabel yang dikendalikan

4. Analisis Regresi Melakukan prediksi kepada perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel dependen dimanipulasi

Untuk itu, penelitian ini akan menggunakan Korelasi Produk Moment. Hal ini dijelaskan oleh Sugiyono (2013, p.153) yang menyatakan bahwa Korelasi Produk Moment digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hubungan dari variabel dependen dan independen.

Arifin (dalam Paulina, 2022) menyatakan dasar untuk menentukan penilaian uji korelasi produk moment adalah:

- Jika Sig. > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak
- Jika Sig. < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima

