

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Desain kausal dipilih karena bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel terhadap variabel dependen. Metode ini memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik guna mengetahui pengaruh langsung variabel-variabel independent.

3.2 Objek, Jadwal, dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini Generasi Z yang pernah menonton konser musik. Penelitian ini dilakukan di area Jabodetabek Dimana Kota-kota tersebut sering dipilih untuk tempat acara konser musik.

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Juni 2025	Juli 2025
1	Pra Penelitian						
2	Pengajuan Ijin Penelitian						
3	Menentukan Desain Penelitian						
4	Penyusunan Proposal						
5	Seminar Proposal						
6	Penyusunan Laporan Penelitian						
8	Seminar Hasil						

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis dan Sumber Data Penelitian mengacu pada klasifikasi data yang digunakan dalam suatu penelitian berdasarkan sifat, karakteristik, dan asalnya.

1. Jenis Data

- a. Data Kuantitatif: Data yang berbentuk angka dan dapat diukur secara statistik, seperti hasil survei atau data penjualan.
- b. Data Kualitatif: Data yang berbentuk deskriptif dan tidak dinyatakan dalam angka, seperti wawancara atau observasi

2. Sumber Data

- a. Data Primer: Data yang diperoleh langsung dari responden atau objek penelitian melalui survei, wawancara, atau eksperimen.
- b. Data Sekunder: Data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti jurnal, laporan penelitian, atau database institusi.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang pernah menonton konser musik, Adapun sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan Formula Lemeshow, penggunaan formula tersebut dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang telah menonton konser musik dalam satu tahun terakhir. Pemilihan kriteria ini bertujuan untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam menonton konser musik.

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

N = Jumlah sampel yang dicari

Z = Nilai tabel normal dengan alpha 90% (1,64)

P = Fokus kasus

d = Alpha (0,10) atau 10% dari tingkat kepercayaan 90%

$$n = 1,64^2(0,5) \frac{1-0,5}{0,1^2} = 67,24/\text{Dibulatkan } 67$$

3.5 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari:

Variabel Bebas

1. *Fear of Missing Out* (FOMO) adalah fenomena psikologis di mana seseorang merasa cemas atau takut tertinggal dari pengalaman yang sedang dinikmati oleh orang lain.
2. *Digital Marketing* adalah strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen.
3. Persepsi Nilai adalah penilaian subjektif individu terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan untuk menghadiri konser musik.

Variabel Terikat

Minat (*intention*) dalam konteks penelitian ini mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki ketertarikan, keinginan, atau kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan, seperti menghadiri konser musik.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Minat (Y)	Sejauh mana seseorang memiliki ketertarikan, keinginan, atau kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan, seperti menghadiri konser musik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk hadir 2. Ketertarikan terhadap Artis 3. Pengaruh teman/lingkungan sosial 4. Ketersediaan waktu 5. Ketersediaan Biaya 	Likert
FOMO (X1)	Fenomena psikologis di mana seseorang merasa cemas atau takut tertinggal dari pengalaman yang sedang dinikmati oleh orang lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan takut tertinggal 2. Keinginan kuat untuk berpartisipasi 3. Ketergantungan terhadap media sosial 4. Eksklusifitas 5. Keputusan inklusif 	Likert
<i>Digital Marketing</i> (X2)	Strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Influencer</i> marketing 2. Kemudahan pembelian tiket 3. Keamanan pembelian tiket 4. Testimoni 5. Kampanye interaktif 	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Nilai (X3)	Penilaian subjektif individu terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan untuk menghadiri konser musik	1. Nilai fungsional 2. Nilai emosional 3. Nilai sosial 4. Nilai Epistemik 5. Nilai Moneter	Likert

3.6 Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada karyawan.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pertanyaan tersebut .

2. Obervasi

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Teknik ini peneliti gunakan saat peneliti hendak mengetahui tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan pada BAB sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan

diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.7.1. Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner. “Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2014:142). Instrumen penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert yang dibuat dalam bentuk checklist (\surd), di mana setiap item terdiri dari kata-kata dan skor, yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Cukup Setuju (Skor 3)
- d. Kurang Setuju (Skor 2)
- e. Tidak Setuju (Skor 1)

Nantinya, jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan akan diolah menjadi penjelasan dan kesimpulan. Masing-masing indikator diukur berdasarkan skala interval dengan rentang 1-5 yang sesuai dengan alternatif jawaban pada instrumen penelitian ini. Kategori rata-rata jawaban responden dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 = 0,80\end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, angka penafsiran untuk setiap kategori didapati seperti tabel di bawah ini.

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

Rentang	Kategori
---------	----------

1,00 – 1,80	Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Kurang Setuju
2,61 – 3,40	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiono (2019)

3.7.2. Uji Kualitas Data

Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data instrumen penelitian tersebut memiliki data yang valid dan reliabel, serta layak untuk digunakan.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Instrumen yang valid merupakan instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019:121). Perhitungan ini bertujuan untuk mendapatkan koefisien korelasi (r) yang akan dibandingkan dengan taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$. Uji validitas instrumen dapat dilihat dari tampilan output Cronbach Alpha pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dalam aplikasi SPSS for Windows. Item instrumen dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Sugiyono (2019:121) berpendapat bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

3.7.3. Persamaan Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. “Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk menguji hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuannya adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen” (Sugiyono, 2020:79). Perhitungan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan *software SPSS* versi 29. Adapun formula regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y	: Variabel Terikat
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂ , .. b _n	: Koefisien Regresi
X ₁ , X ₂ , X ₃	: Variabel Bebas
e	: Standar Error

3.7.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) Uji normalitas, (2) Uji multikolinieritas, (3) Uji heteroskedastisitas, (4) Uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal". Salah satu cara mengecek kenormalitasan adalah dengan plot Probabilitas Normal (Sugiyono, 2019:69). Dengan plot ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan pada distribusi normal. Normalitas terpenuhi apabila titik-titik (data) terkumpul di sekitar garis lurus.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2019:105). Multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED (Ghozali, 2019:139). Jika penyebaran nilai-nilai residual terhadap nilai-nilai prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu seperti meningkat atau menurun, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bila nilai-nilai tersebut membentuk suatu pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.8. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji F, dan Uji Parsial (t) sebagai pengujian hipotesis.

1. Uji secara Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah

variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi tidak berhasil menerangkan bahwa FOMO, *Digital Marketing* dan Persepsi Nilai secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menonton Konser.

b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi tidak berhasil menerangkan bahwa FOMO, *Digital Marketing* dan Persepsi Nilai secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menonton Konser.

2. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Hipotesis 1

Ho : $\beta_1 = 0$: Variabel FOMO tidak berpengaruh terhadap Minat menonton konser

H1 : $\beta_1 \neq 0$: Variabel FOMO berpengaruh terhadap Minat menonton konser

Hipotesis 2

Ho : $\beta_2 = 0$: Variabel *Digital Marketing* tidak berpengaruh terhadap Minat menonton konser

H2 : $\beta_2 \neq 0$: Variabel *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Minat menonton konser

Hipotesis 3

Ho : $\beta_3 = 0$: Variabel Persepsi Nilai tidak berpengaruh terhadap Minat menonton konser

H3 : $\beta_3 \neq 0$: Variabel Persepsi Nilai berpengaruh terhadap Minat menonton konser

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Menurut Sugiyono (2020:66), kriteria penerimaan atau penolakan suatu hipotesis dengan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas

terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.