

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini mengambil nama penelitian kuantitatif karena kualitas di skor ke dalam angka kuantitatif dalam pengumpulan dan analisis datanya. Prosedur ini dilakukan untuk menghilangkan subjektivitas dalam hasil penelitian. Bilangan merupakan bahasa yang digunakan objektif dan tanpa emosi sehingga dipandang tepat untuk mewakili komunikasi penelitian yang menjunjung objek aktivitas dan netralis.<sup>40</sup>

##### **B. Populasi dan Sampel**

Banser Satkoryon Kras merupakan Banser dengan anggota terbanyak di Kabupaten Kediri yang berjumlah 59 anggota, didominasi oleh pemuda dewasa awal berjumlah 36 anggota yang sedang berproses mencapai kematangan dalam segala aspek, seperti pola pikir, emosional, dan tindakan. Oleh karena itu, peneliti menitikberatkan pada anggota Banser Satkoryon Kras sebagai subjek penelitian.<sup>41</sup>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Hal ini berdasarkan rentang usia 17 hingga 25 tahun atau disebut usia dewasa awal dengan jumlah 36 anggota.

##### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam suatu penelitian diperlukan teknik pengambilan data sebagai alat ukur validitas. Data yang akan diperlukan dapat berupa angka-angka keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam fakta yang berhubungan

---

<sup>40</sup> Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 16.

<sup>41</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Fauzi, Ketua Banser Satkoryon Kras.

dengan fokus penelitian yang diteliti. Sehubungan dengan pengertian teknik pengumpulan data dan wujud data yang akan dikumpulkan, maka dalam penelitian ini digunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu studi teknik angket dan studi dokumentasi.<sup>42</sup>

#### D. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian menggunakan skala, yaitu skala konformitas dan skala *self-monitoring*.

##### i. Skala konformitas

Pengukuran skala konformitas terdiri dari dua aspek, yaitu:<sup>43</sup>

- i. Pengaruh sosial normatif (pemenuhan keinginan), adalah pengaruh sosial atas dasar keinginan individu agar disukai dan diterima oleh orang lain. Dalam pengaruh ini, individu berusaha supaya apa yang dilakukan memenuhi harapan atau mematuhi standar norma dalam kelompok. Jika dilanggar, maka berakibat pada pengasingan dan bahkan penolakan individu dalam kelompok.
- ii. Pengaruh sosial informasional (kepatuhan), merupakan pengaruh sosial atas dasar tingginya rasa percaya pada kelompok. Dalam pengaruh ini, individu cenderung bergantung pada orang lain dalam kelompok.

Tabel 3.1. Sebaran Aitem Konformitas

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	UF	
Pengaruh Sosial Normatif	Keinginan diterima orang lain	1, 25, 13	3, 16	5
	Menghindari penolakan	4, 15, 27	7, 27	5
	Memenuhi harapan orang lain	6, 17, 20	10, 20	5
Pengaruh Sosial Informasional	Menerima ajakan kelompok	11, 20, 29	5, 29	5
	Keinginan untuk merasa benar	8, 24, 28	12, 28	5
	Bergantung pada orang lain	2, 21, 26	9, 26	5
Jumlah				30

<sup>42</sup> Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (Bandung: Alfabeta 2014), 94.

<sup>43</sup> Baron & Byrne, *Psikologi Sosial*, 72.

ii. Skala *self-monitoring*

Pengukuran skala *self-monitoring* terdiri dari tiga aspek, yaitu:<sup>44</sup>

- i. *Expressive self-control* adalah keterampilan individu dalam mengamati dan mengendalikan perilaku. Individu dengan *self-monitoring* tinggi akan senang mengendalikan perilakunya agar terlihat baik.
- ii. *Social stage presence* adalah kemampuan seseorang dalam mengekspresikan emosi dan memodifikasi perilaku dalam menarik perhatian sosial.
- iii. *Other directed self-present* adalah kepekaan individu terhadap situasi yang dihadapinya serta mampu memerankan peran seperti yang diharapkan orang lain.

Tabel 3.2. Sebaran Aitem *Self-monitoring*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Expressive self-control</i>	<i>Acting</i>	1,15	10,23	4
	<i>Entertaining</i>	2,24	4	3
	Berbicara didepan umum spontan	3,22	9,25	4
<i>Social stage presence</i>	Menjadi pusat perhatian	11	16	2
	Suka bercerita atau melucu	6,17	21	3
	Suka menilai	13,20	7	3
<i>Other directed self-present</i>	Berusaha menyenangkan orang lain	5	18	2
	<i>Conformity</i> (bersikap sama dengan situasi sosial)	12	14	2
	Tingkah laku bervariasi	8	19	2
Jumlah				25

### E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mengurutkan data, mengorganisasikannya ke dalam pola tertentu dan kategori. Metode analisis data yaitu suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan

<sup>44</sup> Snyder & Gangestad, *On the Nature .....*, 139.

jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>45</sup>

Metode yang digunakan peneliti dalam menganalisis data menggunakan metode statistik. Teknik analisis data berupa angka-angka dengan menggunakan bantuan SPSS dengan langkah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan data (*editing*)

*Editing* yaitu pemeriksaan data guna mengetahui catatan itu cukup baik atau tidak dan mempersiapkan untuk kebutuhan lainnya.<sup>46</sup>

2. Pembuatan kode (*coding*)

*Coding* yaitu pada setiap data diberikan kode dengan kategori yang sama. Pengkodean dilakukan pada dua variabel yaitu:

- a. Variabel bebas (X), *Self-monitoring*

- b. Variabel terikat (Y), Konformitas

3. Memberi skor (*scoring*)

Skala penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, yang menunjukkan pada suatu pertanyaan mengenai tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan.

4. Penyusunan tabel (*tabulating*)

*Tabulating* yaitu membuat tabel yang didalamnya berisi data yang telah diberi kode dengan analisis yang diperlukan. Jawaban-jawaban yang sama akan diklasifikasikan menurut prosedur.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 426

<sup>46</sup> Windi Risti Anindia, "Analisis Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 85.

<sup>47</sup> Iseini Suci Rahayu, "Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)", (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2020), 52.

## 5. *Processing*

*Processing* merupakan proses mengolah, menghitung dan menganalisis data dengan menggunakan statistik. Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan yaitu analisis korelasional *Pearson Product Moment*. Analisis korelasional merupakan analisis statistik yang berusaha untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua buah variabel atau lebih.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Ali Muhson, “Teknik Analisis Kuantitatif”, <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf> hlm. 2, pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 16.20 WIB