

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian mengenai *pemain game Genshin impact* di Komunitas *base twitter @BABUFESS*. Sementara itu, objek penelitian ini yakni untuk menganalisis apa motif serta tujuan pemain *game Genshin impact* di lingkup Komunitas *base twitter @BABUFESS* dalam melakukan mikrotransaksi untuk pembelian *virtual item* di *game Genshin impact* dan keterkaitannya dengan indikasi perilaku *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* .

3.2 Alat dan Bahan Penelitian

Berikut ini alat dan bahan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini:

Alat Penelitian :

1. Laptop

Sebagai media untuk membuat dan menyimpan laporan serta kelengkapan penelitian lainnya dengan spesifikasi :

- RAM 16 GB
- *System Type* 64 bit
- *Operating System* : Windows 11

2. *Microsoft Word 2019*

Sebagai *software* yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir.

3. *Microsoft Powerpoint 2019*

Sebagai *Software* yang digunakan untuk menggambarkan bagan-bagan pada penulisan laporan tugas akhir.

4. *Smart Pls*

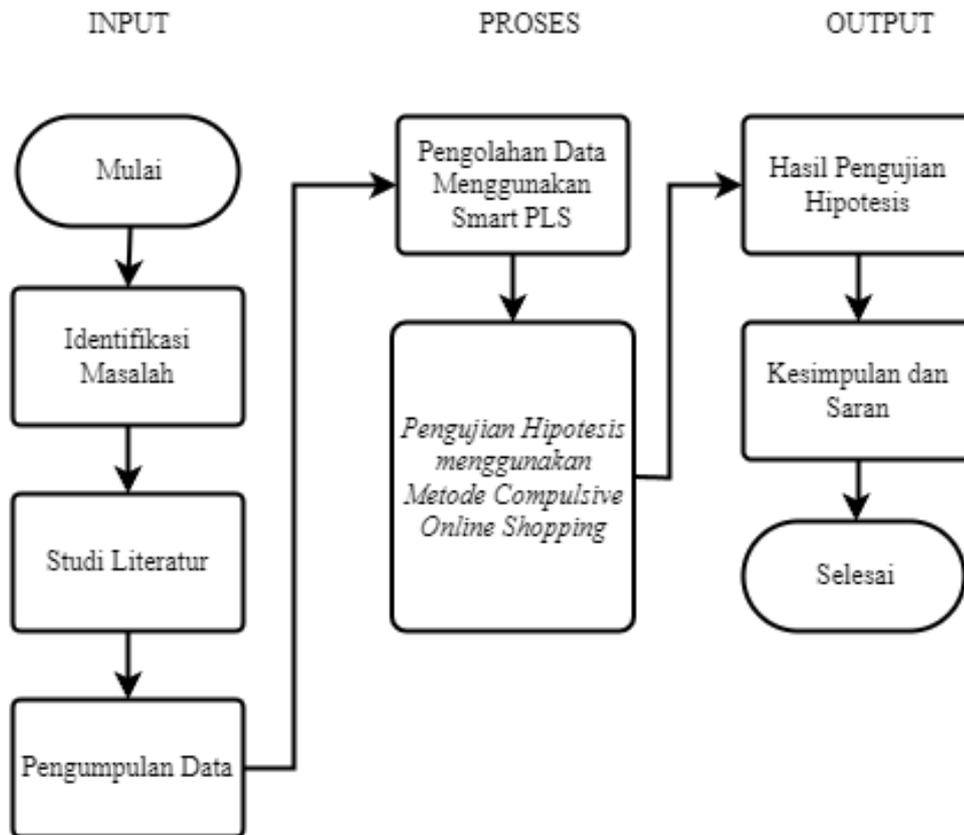
Sebagai alat pengolahan data pada penelitian ini

Bahan Penelitian :

1. *E-Book* mengenai *Microtransaction* pada *game*
2. Jurnal-jurnal mengenai *Microtransaction* pada *game*
3. Informasi-informasi terkait *Microtransaction* pada *game Genshin impact*

3.3 Diagram Alir Penelitian

Tahapan penelitian ini digambarkan melalui *flowchart* yang dapat dilihat di bawah ini:



Berikut ini pen

Gambar 1 Diagram Alir Penelitian

Penjelasan singkat mengenai tahap penelitian pada Gambar 1 :

3.3.1 Identifikasi Masalah

Pada tahap awal dilakukan identifikasi masalah di pemain *game Genshin impact* di Komunitas *base twitter @BABUFESS*. Berdasarkan observasi yang dilakukan, maka diketahui permasalahan utama yakni adanya suatu indikasi perilaku kompulsif pada pemain *game genshin impact* dan dengan penelitian ini akan dianalisis penggunaan sistem mikrotransaksi serta mengetahui lebih lanjut variable dan indikasi perilaku apa saja yang berpengaruh pada COSS pada pemain *game Genshin*

impact di lingkup Komunitas *base twitter @BABUFESS* dalam melakukan mikrotransaksi untuk pembelian *virtual item* di *game Genshin impact*.

Harapannya dengan dilakukan penelitian dengan topik tersebut, dapat membantu para pemain *game Genshin impact* di Komunitas *base twitter @BABUFESS* dalam mengambil langkah strategis agar masalah yang ada tidak berangsur-angsur terlebih dalam hal penggunaan mikrotransaksi saat bertransaksi *game* sehingga dapat lebih bijak dalam bertransaksi kedepannya dan menghindari perilaku *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*.

3.3.2 Studi Literatur

Setelah identifikasi masalah dilakukan, langkah berikutnya adalah melakukan penelaahan literatur dengan mencari referensi teoritis dari jurnal-jurnal dan buku elektronik tentang *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* dalam penggunaan Mikrotransaksi pada *Game Online*. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa dasar-dasar dan detail tentang *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* dalam penggunaan Mikrotransaksi pada *Game Online* dipahami dengan baik sebelum melakukan penelitian. Penelitian tentang *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* dalam penggunaan Mikrotransaksi pada *Game Online* ini dilakukan dengan metode kuantitatif, Oleh karena itu, fokus kajian utama melibatkan eksplorasi mendalam pada data hasil kuesioner yang telah disebar kepada komunitas *@BABUFESS* itu sendiri serta berbagai alat lain pendukungnya.

3.3.3 Pengumpulan Data

Berikut ini adalah populasi dan sampel dalam penelitian ini:

1. Populasi

Populasi dari penelitian ini yakni komunitas *base twitter @BABUFESS* yang berisikan 107.900 orang. Komunitas tersebut memiliki homogenitas yang tinggi yakni sama sama bermain *game Genshin impact*.

2. Sampel

Untuk tujuan penelitian, peneliti akan menentukan sampel dengan teknik pengambilan sample slovin. Dengan rumus teknik pengambilan sample seperti dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan

$$n = \frac{107.900}{1 + 107.900 \times 0.5^2}$$

Maka dengan perhitungan slovin nya yakni N adalah jumlah total populasi dari komunitas base twitter @BabbuFess saat ini yakni 107.900 orang, kemudian e adalah batas tingkat kesalahan yang diizinkan yakni 0,5 atau 5% jadi dengan perhitungan tersebut maka 107.900 dibagi 1 ditambah 107.900 dikali 0,5² ditemukan hasil sampel yang ada yakni 269,7525 (267) orang dalam komunitas *base twitter @BABUFESS*. Sampel ini akan menjadi subjek penelitian dan diberikan kuesioner tentang analisis *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* dalam *game Genshin impact*. Dalam penelitian ini, analisis data yang diperoleh dari sampel akan digunakan untuk menghasilkan temuan dan kesimpulan tentang *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* penggunaan mikrotransaksi pada *game Genshin impact* [24].

3.3.4 Pengolahan Data

Pengolahan data menggunakan alat *smart pls* dengan data hasil yang telah dikumpulkan melalui platform *Google Form*. Metode analisis data menggunakan alat *SmartPLS* akan di implementasikan untuk merinci dan menginterpretasi kontribusi variabel-variabel yang terlibat dalam fenomena perilaku konsumen ini. Adapun pendekatan ilmiah ini, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kompulsivitas belanja daring, serta menyajikan implikasi praktis untuk pemahaman lebih lanjut di bidang perilaku konsumen dalam penggunaan mikrotransaksi pada *game Genshin impact*.

3.3.5 Hipotesis

H1 : *Mood modification* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS) scale*.

Mood modification yang dipengaruhi oleh produsen dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan. Hal ini tercermin dalam indikator *Mood modification* pada skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*

, di mana Crider (1983) dan Hergenhagen (1976) mengemukakan teori Hull yang menyatakan bahwa dorongan tersebut berkaitan dengan kebutuhan pemenuhan untuk merasa senang dalam berbelanja, sehingga meningkatkan risiko terjadinya perilaku *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Sejalan dengan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah *Mood modification* memiliki pengaruh positif terhadap skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor eksternal seperti pengaruh dari produsen dan kebutuhan pemenuhan emosional dapat memicu timbulnya perilaku belanja kompulsif pada konsumen secara *online*.

H2 : *Conflict* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale.

Manajemen keuangan yang baik sangat penting bagi setiap individu agar tidak menimbulkan konflik, di mana hal ini tercermin dalam indikator *Conflict* pada skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Robert dan Jones (2001) menyatakan bahwa seseorang yang mengalami tingkat stres dan kecemasan yang tinggi cenderung sulit untuk mengontrol kondisi keuangannya. Hal tersebut relevan terhadap kasus konsumen dengan jumlah uang yang berbeda-beda, di mana mereka yang memiliki lebih banyak uang cenderung lebih boros dan sering melakukan pembelian impulsif, sedangkan mereka dengan keterbatasan finansial cenderung lebih bijak dalam berbelanja namun tetap mempertimbangkan apakah perilaku belanja tersebut akan menimbulkan suatu konflik atau tidak. Oleh karena itu, hipotesis dari penelitian ini adalah *Conflict* memiliki pengaruh positif terhadap skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan serta kontrol emosi sangat penting dalam mencegah timbulnya perilaku belanja kompulsif secara *online* pada konsumen.

H3 : *Relapse* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale.

Kebiasaan terbentuk ketika seseorang melakukan suatu aktivitas secara berulang-ulang, dan hal ini tercermin dalam indikator *relapse* pada skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Menurut teori Strukturasi Antony Giddens, sebuah aktivitas dibentuk oleh struktur atau aturan (*rule*) serta sumber daya (*resource*), dan diterapkan dalam konteks ruang dan waktu yang dapat menjadi kebiasaan. Hal tersebut sejalan dengan perilaku konsumen yang sering melakukan pembelian secara berulang sehingga membentuk pola belanja tertentu yang disebut sebagai kebiasaan belanja.

Pola tersebut memiliki pengaruh positif terhadap skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* karena mempengaruhi pola konsumsi pada individu. Dengan demikian, hipotesis dari penelitian ini adalah *Relapse* memiliki pengaruh positif terhadap skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Oleh karena itu, perlu untuk menghindari adanya relaps agar tidak menimbulkan perilaku belanja kompulsif secara *online* pada konsumen.

H4 : *Salience* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale.

Aktifitas belanja seperti mikrotransaksi dalam suatu *game* sudah menjadi hal yang normal untuk saat ini. Dalam melakukan mikrotransaksi terdapat suatu aktifitas kebiasaan hingga timbul suatu perasaan yang menganggap bahwa hal tersebut sangat penting, sehingga akan berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale. Ahmad Abdul Chamid1(2017) menyatakan suatu prioritas pemasaran dan penjualan paling berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian barang termasuk mikrotransaksi dalam suatu *game*, hal ini berkesinambungan dengan perilaku *salience* pada indikator *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale.

H5 : *Tolerance* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale.

Imawati (2013) menyatakan perilaku konsumtif yang tidak terkendali lambat laun akan mempengaruhi kebiasaan hidup dan menjadi suatu gaya hidup seseorang. Keadaan ini tidak dialami oleh dewasa saja melainkan juga remaja. Gaya hidup seseorang dapat menjadi ukuran toleransi dalam perilaku konsumtif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemungkinan hilangnya kendali diri terhadap perilaku belanja dan bahkan menyebabkan timbulnya *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Karena itu, hipotesis dari penelitian ini adalah *Tolerance* memiliki pengaruh positif terhadap skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Hal ini menunjukkan pentingnya membatasi gaya hidup untuk mencegah terjadinya perilaku belanja kompulsif secara *online* pada individu.

H6 : *Withdrawal* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* scale.

Griffiths (2005) menyatakan bahwa kecanduan tidak hanya ditujukan kepada individu yang memiliki ketergantungan pada suatu zat adiktif tetapi juga terhadap penyalahgunaan lainnya, salah satunya yakni kecanduan terhadap suatu *game online*.

Hal tersebut berkesinambungan terhadap perilaku konsumtif terhadap suatu *game* yang dimainkan oleh seorang pecandu, maka hal ini menimbulkan sifat *withdrawal* yakni merujuk pada perasaan tidak nyaman yang muncul ketika seseorang menghentikan atau mengurangi frekuensi konsumsi *mikrotransaksi* dalam suatu *game*, dan hal ini dapat mempengaruhi skor indikator *Compulsive Online shopping Scale (COSS) scale*.

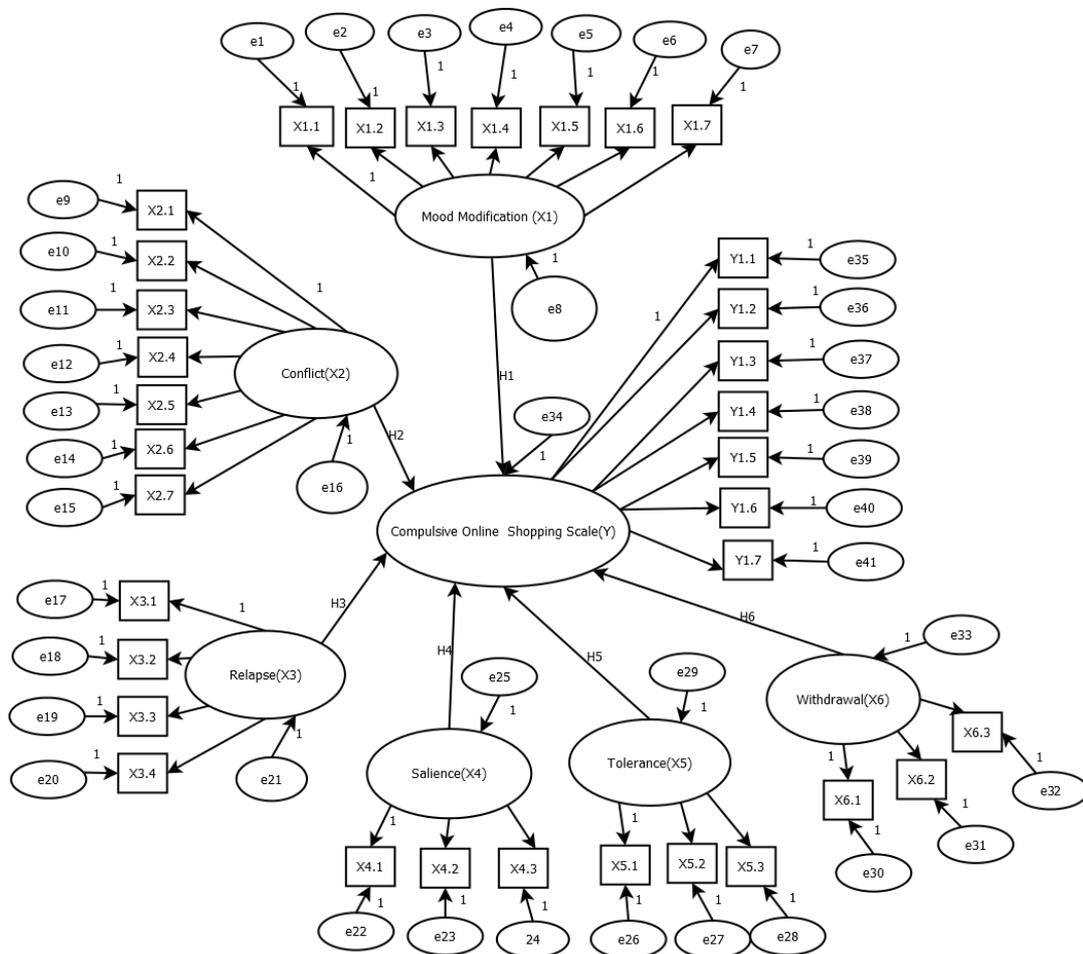
Sejalan dengan itu, hipotesis dari penelitian ini adalah *Withdrawal* memiliki pengaruh positif terhadap skala *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Dengan demikian, penting untuk memperhatikan dampak psikologis dan emosional dari perilaku belanja kompulsif secara *online* pada individu agar dapat mencegah terjadinya *withdrawal* yang berdampak negatif pada kesejahteraan mental mereka. Hipotesis tersebut dapat digambarkan seperti tabel dibawah:

Table 2. Hipotesis

<i>Variable Latern</i>	Variable Indikator
<i>Mod Modification (X₁)</i>	X1.1 Kepuasan mendapatkan karakter baru
	X1.2 Kepuasan mendapatkan kostum baru
	X1.3 Kepuasan mendapatkan senjata baru
	X1.4 Kepuasan mengetahui cerita karakter
	X1.5 <i>Game</i> dijadikan tempat pelarian
	X1.6 Kepuasan bermain <i>game</i> rpg
	X1.7 Kepuasan menjelajahi area dunia terbuka
	X2.1 Skala kebutuhan pokok tidak terpenuhi
	X2.2 Tidak mampu

<i>Conflict (X₂)</i>	menabung dan investasi
	X2.3 Kesulitan mengatur uang
	X2.4 Kesulitan mengambil keputusan dalam prioritas
	X2.5 Berhutang untuk top up
	X2.6 Perasaan menyesal dan stress setelah melakukan top up
	X2.7 Kecanduan melakukan top up
<i>Relapse (X₃)</i>	X3.1 Terbiasa top up blessing bulanan
	X3.2 Terbiasa top up battle pass bulanan
	X3.3 Terbiasa top up ketika karakter terbaru telah rilis
	X3.4 Terbiasa top up ketika senjata terbaru telah rilis
<i>Salience (X₄)</i>	X4.1 Top up blessing menjadi kewajiban
	X4.2 Membeli skin baru untuk pamer
	X4.3 Top up battle pass menjadi rutinitas
<i>Tolerance (X₅)</i>	X5.1 Blessing dari 1 bulan menjadi 6 bulan
	X5.2 Top up primogems berjuta juta rupiah
	X5.3 Top up battle pass tiap bulan
	X6.1 Ingin karakter baru

<i>Withdrawal (X₆)</i>	X6.2 Primogems menjadi sedikit
	X6.3 Semakin sulit dapat karakter baru
<i>Compulsive Online Shopping Scale (X₇)</i>	Y1.1 Overbuying
	Y1.2 Penyesalan
	Y1.3 Unused
	Y1.4 Adiksi
	Y1.5 Anxiety
	Y1.6 <i>Financial Unstable</i>
	Y1.7 Depresi



Gambar 2. Model Penelitian

3.3.6 Metode *Compulsive Online shopping Scale (COSS) Scale*

Tahap selanjutnya yaitu mengolah data dengan metode *Compulsive Online shopping Scale (COSS)*. Metode *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* yaitu bentuk kekhawatiran dalam berbelanja yang didorong dengan motivasi untuk belanja secara tidak terkendali, bahkan dapat menginvestasikan begitu banyak waktu dan upaya dalam berbelanja sehingga merusak area kehidupan penting lainnya. Dengan metode *Compulsive Online shopping Scale (COSS) Scale* akan mempermudah saat melakukan penelitian ini. Pada tahapan metode *Compulsive Online shopping Scale (COSS) Scale* terdapat beberapa indikator yang dirasa cocok dengan penelitian ini seperti dibawah berikut:

1. *Mood modification*

Indikator *Modifikasi Mood* merujuk pada penggunaan berbelanja *online* sebagai strategi untuk menghadapi atau mengatasi perasaan yang sedang dirasakan.

2. *Conflict*

Indikator *Konflik* merujuk pada tanda-tanda masalah yang timbul akibat kebiasaan berbelanja *online* yang berlebihan.

3. *Relapse*

Indikator *Relapse* merujuk pada tanda-tanda kecenderungan untuk terus menerus berbelanja *online* dan menjadikannya sebagai aktivitas yang terprogram dengan pola yang sudah terbentuk.

4. *Salience*

Indikator *Salience* merujuk pada tanda-tanda perilaku yang selalu memberikan prioritas tinggi pada suatu aktivitas tertentu (seperti berbelanja) dan menganggapnya sangat penting.

5. *Tolerance*

Indikator *Tolerance* merujuk pada tanda-tanda bahwa intensitas berbelanja *online* terus meningkat seiring berlalunya waktu.

6. *Withdrawal*

Indikator *Withdrawal* merujuk pada tanda-tanda perasaan yang tidak menyenangkan yang muncul saat seseorang berhenti atau mengurangi frekuensi berbelanja *online*.

3.3.7 Hasil

Setelah tahapan-tahapan pada proses metode *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* , maka akan menghasilkan output berupa analisis penggunaan sistem mikrotransaksi serta motif tujuan pemain *game Genshin impact* di lingkup Komunitas *base twitter @BABUFESS* dalam melakukan *mikrotransaksi* untuk pembelian *virtual item* di *game Genshin impact* dan keterkaitannya dengan indikasi perilaku *Compulsive Online shopping Scale (COSS)* .