

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian mengenai *doom spending* ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis pola perilaku yang mencerminkan *doom spending* pada generasi z untuk memahami karakteristik pengeluaran dan perilaku konsumsi yang tergolong dalam kategori *doom spending* pada generasi z, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian yang sangat penting dalam kegiatan penelitian apapun. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data-data yang akurat dan rinci serta dapat diandalkan dan dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu metode pengumpulan data harus sesuai dengan data yang dikumpulkan sebagai bahan penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Pengamatan (Observation)

Pengumpulan data dengan mengamati atau *observation* yaitu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan data secara langsung. Dalam penelitian ini melakukan pengamatan/observasi langsung di lingkungan kampus atau tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh generasi muda misalnya, pusat perbelanjaan, atau cafe untuk melihat perilaku belanja berlebihan atau pengeluaran yang tidak terencana.

2. Tahap wawancara

Tahap wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan atau tanya jawab langsung dengan narasumber yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas. Dalam wawancara ini melibatkan beberapa narasumber dari generasi z.

3. Tahap Kuesioner

Data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang khusus untuk penelitian ini. Kuesioner akan terdiri dari beberapa bagian, termasuk:

- a. Data Demografis : Usia, jenis kelamin, pendidikan, dan status pekerjaan[14].
- b. Perilaku Belanja : Pertanyaan tentang frekuensi belanja, jenis barang yang dibeli, dan alasan di balik pengeluaran.
- c. Faktor yang Mempengaruhi Doom Spending : Pertanyaan terkait pengaruh media sosial, tekanan teman sebaya, dan faktor emosional yang memicu perilaku belanja impulsif.
- d. Dampak Finansial : Pertanyaan mengenai kondisi finansial, dan kemampuan memenuhi kebutuhan dasar.

Kuesioner akan disebarakan secara online melalui platform survei seperti Google Forms . Target responden adalah individu berusia 18 hingga 27 tahun di Indonesia, dengan sampel diambil secara acak dari berbagai latar belakang.

4. Tahap Studi Pustaka

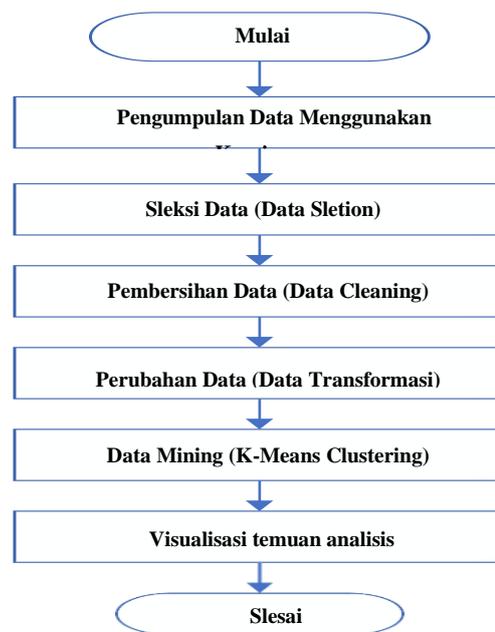
Kajian kepustakaan mengacu pada kajian teoritis dan referensi lain terhadap nilai, budaya, dan norma yang berkembang dalam konteks sosial kajian tersebut. Selain itu, studi kepustakaan sangat penting untuk penelitian, karena penelitian tidak dapat dipisahkan dari kepustakaan ilmiah. Antara lain melalui artikel yang berkaitan dengan perilaku doom spending dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan Data Mining menggunakan Algoritma *K-Means Clustering*.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z di indonesia. Sampel akan diambil dengan metode purposive sampling, di mana responden yang memenuhi kriteria tertentu (Data demografi , dan perilaku kebiasaan belanja) akan dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian.

3.4 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan pada alur penelitian. Alur penelitian menggambarkan tahapan-tahapan penelitian dari awal hingga akhir penelitian.



Gambar 3.1 Tahap Penelitian

1. Tahap Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner

Dalam tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data perilaku *doom spending* pada generasi z. Data yang dikumpulkan berupa data dari kuesioner yang akan disebarakan secara online melalui platform survei seperti Google Forms . Target responden adalah individu berusia 18 hingga 27 tahun di Indonesia, dengan sampel diambil secara acak dari berbagai latar belakang. Berikut prosedur pengumpulan data kuesioner :

- a. Pengembangan Kuesioner : Kuesioner akan dirancang berdasarkan literatur yang relevan dan diuji coba untuk memastikan validitas dan reliabilitas.
- b. Distribusi Kuesioner : Kuesioner akan disebarakan melalui media sosial dan grup komunitas yang relevan untuk menjangkau responden yang lebih luas.
- c. Pengumpulan Data : Data akan dikumpulkan selama periode tertentu, dan responden akan diminta untuk mengisi kuesioner secara sukarela.

2. Seleksi Data (*Data Selection*)

Dari data yang didapat dari objek penelitian berupa data perilaku belanja berlebihan pada generasi generasi z, akan dilakukan seleksi data atau atribut yang relevan untuk penelitian. Sehingga didapatkan atribut-atribut yang akan diseleksi untuk penelitian ini.

3. Pembersihan Data (*Data Cleaning*)

Dilakukannya proses *cleansing* data untuk mendeteksi kesalahan data atau data yang *corrupt* dan memperbaiki atau menghapus data sesuai kebutuhan.

4. Perubahan Data (*Transformation Data*)

Data transformation adalah proses transformasi pada data yang telah dipilih, sehingga data tersebut sesuai untuk proses *data mining*. Pada langkah *transformation* dilakukan untuk data bertipe *polynomial* menjadi numerik agar data dapat diolah berdasarkan jarak. Untuk mengubah data bertipe *polynomial* menjadi numerik menggunakan operator Nominal to Numerical.

5. K-Means Clustering

Selanjutnya pada tahap *Data Mining* akan dilakukan proses pengolahan data dengan menggunakan metode k-means clustering yang diterapkan untuk mengelompokkan responden berdasarkan perilaku belanja mereka. Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk memahami pola perilaku *doom spending* pada generasi z.

6. Visualisai Temuan Analisis

Pada tahap visualisasi akan dilakukan analisis data dengan menggunakan visualisasi di dashboard dengan tools google looker studio, data yang dimasukkan berdasarkan data demografi, perilaku dan faktor yang mempengaruhi perilaku *doom spending* pada generasi z.