

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional. Maksud korelasional dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tergantung (Y), yaitu Konformitas (variabel X) dengan Perilaku Konsumtif (variabel Y).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

- a. Variabel bebas : Konformitas
- b. Variabel tergantung : Perilaku Konsumtif

C. Defenisi Operasional

- a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari aktivitas dan kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa secara berlebihan yang ditandai dengan adanya keinginan individu membeli barang yang tidak atau kurang diperlukan, perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimilikinya, sikap individu yang berfoya-foya dalam membeli barang, kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya, boros dan tidak bias menunda keinginannya. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dibanding kebutuhan.

b. Konformitas

Konformitas adalah perubahan sikap dan perilaku individu sesuai dengan standar ataupun harapan yang dibentuk kelompok agar individu dapat diterima dan dipertahankan di dalam kelompok tersebut dan sebagai bentuk interaksi yang terjadi di dalam kelompok.

D. Populasi dan Sampel

Masalah populasi dan sampel dalam suatu penelitian merupakan unsur yang harus diperhatikan.

1. Populasi

Azwar (2005) mengungkapkan bahwa populasi adalah sekelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian yang memiliki kesamaan ciri atau karakteristik yang membedakan dari kelompok subjek yang lain, menurut Sugiyono (2004) populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek tersebut. Sedangkan Dr. Siswojo (Mardalis, 2009) definisi dari populasi adalah sejumlah kasus yang memenuhi seperangkat kriteria yang ditentukan peneliti. Oleh karena itu, peneliti dapat menentukan sendiri kriteria-kriteria yang ada pada populasi yang akan diteliti.

2. Sampel

Azwar (2005) sampel adalah sebagian dari populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2004) sampel sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki

oleh populasi tersebut. Adapun karakteristik atau ciri-ciri dalam penelitian ini adalah :

1. Remaja putri usia 15-18
2. Menggunakan kosmetik
3. Mempunyai lebih dari satu produk kosmetik

Untuk memperoleh sampel yang dapat mencerminkan populasinya, maka harus digunakan teknik pengambilan sampel yang benar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik insidental. Sugiyono (2004) teknik insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila sesuai dengan karakteristik sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Skala adalah suatu daftar yang berisikan sejumlah pernyataan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang menjadi subjek penelitian agar dapat meningkatkan kondisi-kondisi yang ingin diketahui. Alasan penggunaan skala dalam penelitian ini seperti yang dikemukakan oleh Hadi (2006), yaitu:

1. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya.
2. Interpretasi subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, menggunakan dua macam skala yaitu: skala perilaku konsumtif dan skala konformitas.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek dari perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid (1997) adalah aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian boros atau berlebihan. Skala perilaku konsumtif disusun menggunakan skala Likert yaitu skala yang menggunakan empat alternatif jawaban. Pernyataan dalam angket ini terdiri dari aitem yang bersifat *favourable* dan aitem yang bersifat *unfavourable* dengan empat alternatif jawaban untuk setiap empat butir pernyataan.

- a. Sangat sesuai (SS) dengan nilai 4
- b. Sesuai (S) dengan nilai 3
- c. Tidak sesuai (TS) dengan nilai 2
- d. Sangat tidak sesuai (STS) dengan nilai 1

Untuk pernyataan yang bersifat *unfavourable* pemberian nilai di balik yang bergerak dari 4-1.

2. Skala Konformitas

Butir-butir skala konformitas disusun berdasarkan aspek-aspek konformitas menurut Davis O'Sears dalam Luciana (2006) adalah kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Skala konformitas disusun menggunakan skala Likert yaitu skala yang menggunakan empat alternatif jawaban. Pernyataan dalam angket ini terdiri

dari aitem yang bersifat *favourable* dan aitem yang bersifat *unfavourable* dengan empat alternatif jawaban untuk setiap empat butir pernyataan.

- a. Sangat sesuai (SS) dengan nilai 4
- b. Sesuai (S) dengan nilai 3
- c. Tidak sesuai (TS) dengan nilai 2
- d. Sangat tidak sesuai (STS) dengan nilai 1

Untuk pernyataan yang bersifat *unfavourable* pemberian nilai di balik yang bergerak dari 4-1.

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Suatu alat pengumpulan data (alat ukur) dapat dikatakan baik apabila alat ukur tersebut valid dan reliabel. Sebelum digunakan dalam penelitian, maka alat ukur (skala) terlebih dahulu dilakukan uji coba (*try out*) untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya.

1. Validitas Alat Ukur

Proses validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana butir soal menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Secara singkat, validitas (*validity*) mempunyai arti sejauh mana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan (dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya antara subjek yang satu dengan subjek yang lain) alat ukur dalam

melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas dalam penelitian ini dapat menggunakan konsistensi internal.

Rumus yang digunakan dalam mencari validitas tersebut dengan menggunakan korelasi *Product Moment* dari Pearson

Rumus *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left\{(\sum X^2) - \frac{(\sum X)^2}{N}\right\} \left\{(\sum Y^2) - \frac{(\sum Y)^2}{N}\right\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X (skor subjek tiap aitem) dengan variabel Y (total skor subjek dari keseluruhan aitem) antara variabel X dengan variabel Y.

$\sum X$ = jumlah skor seluruh subjek tiap aitem

$\sum Y$ = jumlah skor keseluruhan pada seluruh aitem

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor Y

N = jumlah subjek

2. Reliabilitas Alat Ukur

Azwar (2007) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*).

Reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya. Konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2007). Dalam penelitian ini reliabilitas dihitung dengan menggunakan teknik analisis reliabilitas dengan formula *alpha* dari Cronbach, dengan rumus:

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_n = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir
- σt^2 = varian total

Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas dengan rentang angka 0 sampai 1,00. Koefisien reliabilitas yang mendekati angka 1,00 berarti alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas yang tinggi, dan sebaliknya angka yang mendekati 0 berarti memiliki reliabilitas alat ukur yang rendah (Azwar, 2007).

C. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis *Product Moment*, dengan tujuan utama penelitian ini melihat apakah ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif. Adapun rumus dari teknik analisis *Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ (\sum X^2) - \frac{(\sum X)^2}{N} \right\} \left\{ (\sum Y^2) - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel bebas X (Konformitas) dengan variabel tergantungan Y (Perilaku Konsumtif)
- X = jumlah skor seluruh subjek tiap aitem
- $\sum Y$ = jumlah skor keseluruhan pada seluruh item
- $\sum X$ = jumlah kuadrat skor X
- $\sum Y$ = jumlah kuadrat skor Y
- N = jumlah subjek

Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan program komputer SPSS (seri program statistik).

