

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian sangat menentukan suatu penelitian karena menyangkut cara yang benar dalam mengumpulkan data, analisa data dan pengambilan kesimpulan penelitian serta dapat menentukan apakah penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Oleh karena itu, peneliti menetapkan dua variabel dalam penelitian.

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X) : Konformitas
2. Variabel terikat (Y) : Perilaku Konsumtif

B. Defenisi Operasional Variabel

1. Konformitas

Konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa satu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota

kelompok tersebut. Penyesuaian diri yang dilakukan tersebut dikarenakan adanya perasaan takut terisolir dari pergaulan.

Konformitas ini dapat diketahui melalui skala konformitas yang disusun berdasarkan aspek-aspek meliputi : Kekompakan (Penyesuaian Diri, Perhatian terhadap Kelompok, Kesepakatan (Kepercayaan, Persamaan Pendapat, Penyimpangan terhadap pendapat kelompok, Ketaatan (Harapan Orang Lain, Tekanan karena Ganjaran, Ancaman, atau Hukuman)

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan remaja sebagai konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diketahui melalui skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu : Pembelian Impulsif (Membeli produk karena hadiah, Membeli produk karena kemasannya menarik), Pembelian tidak Rasional (Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status), Pembelian Boros atau Berlebihan (Membeli produk atas pertimbangan harga, Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, Mencoba lebih dari dua produk sejenis / merek berbeda)

C. Subyek Penelitian

1. Populasi

Menurut Arikunto (1997) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian. Menurut Hadi (1990) populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu hendak digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah 350 siswa/i yang sekolah di SMA Negeri 2 Pematang Siantar. Jadi populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang mempunyai persamaan sifat yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2010). Maka, setelah disesuaikan dengan teknik purposive sampling maka diperoleh sampel sebanyak 140 orang siswa/i yang dijadikan sampel dengan karakteristik siswa/i yang duduk di kelas XI di SMA Negeri 2 Pematang Siantar.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Mengenai hal ini, Arikunto (2010) menjelaskan bahwa *purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Begitu pula menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya setiap subjek yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu.

Adapun karakteristik penelitian ini , meliputi : Responden yang memiliki alat elektronik (gadget) yang bermerk ternama (Apple) dan memiliki lebih dari satu gadget (Apple, Samsung, Oppo).

D. Metode Pengumpulan Data

1. Skala

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala. Skala adalah suatu daftar yang berisikan sejumlah pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang menjadi subjek penelitian agar dapat meningkatkan kondisi-kondisi yang ingin diketahui. Hadi (1987) menyatakan bahwa skala merupakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari daftar-daftar pernyataan yang diajukan secara tertulis yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang menjadi objek penelitian dan diberikan dengan tujuan untuk mengungkapkan kondisi-kondisi dalam diri subjek yang ingin diketahui. Menurut Hadi (1987), alasan digunakannya skala adalah:

1. Subjek adalah orang yang paling tahu mengenal dirinya sendiri.
2. Apa yang dikatakan subjek adalah benar dan dapat dipercaya.
3. Interpretasi subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penyebaran skala untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Skala yang digunakan adalah skala konformitas dan perilaku konsumtif remaja di SMA NEGERI 2 Pematang Siantar. Tipe skala yang

digunakan adalah tipe skala langsung yaitu skala yang langsung dikerjakan oleh subjek penelitian dan subjek likert memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan dan jawaban yang diberikan tersebut adalah berupa informasi tentang dirinya sendiri.

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah membagikan kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono,2008)

Adapun untuk menyusun skala konformitas dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini diambil berdasarkan indikator konformitas dan indikator perilaku konsumtif menurut yaitu :

a. Variabel Konformitas (X)

Indikator-indikator dari variabel ini, meliputi :

1. Kekompakan

- a) Penyesuaian Diri
- b) Perhatian terhadap Kelompok

2. Kesepakatan

- a) Kepercayaan
- b) Persamaan Pendapat
- c) Penyimpangan terhadap pendapat kelompok

3. Ketaatan
 - a) Harapan Orang Lain
 - b) Tekanan karena Ganjaran, Ancaman, atau Hukuman
- b. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Indikator-indikator dari variabel ini, meliputi :

1. Aspek pembelian impulsive
2. Aspek pembelian tidak rasional
3. Aspek pembelian boros atau berlebihan

E. Validitas dan Reliabilitas

Suatu alat ukur diharapkan dapat memberikan informasi sesuai yang diinginkan. Oleh karena itu, harus memenuhi persyaratan tertentu, terutama syarat validitas dan reliabilitas alat ukur. Alasannya adalah kualitas alat ukur tersebut akan sangat menentukan baik tidaknya suatu penelitian. Dengan demikian, suatu alat ukur sebelum digunakan dalam suatu penelitian, haruslah memiliki syarat validitas dan reliabilitas sehingga alat ukur tersebut tidak menyesatkan hasil pengukuran dari kesimpulan yang dicapai.

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat

mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 2010).

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas dan alat ukur adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson, yakni dengan mendeklamasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing aitem korelasi antara skor aitem dengan skor total ialah nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor aitem korelasi antara skor aitem dengan skor total haruslah signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu, maka derajat korelasi dapat dicari dengan menggunakan koefisien dari pearson dengan menggunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left[\left(\sum x^2 \right) - \left(\frac{(\sum x)^2}{N} \right) \right] \left[\left(\sum y^2 \right) - \left(\frac{(\sum y)^2}{N} \right) \right]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X (skor subjek setiap aitem) dengan variabel Y (total skor subjek dari keseluruhan aitem)

$\sum xy$: Jumlah dari hasil perkalian antara variabel X dengan variabel Y

$\sum x$: Jumlah skor seluruh tiap aitem X

$\sum y$: Jumlah skor seluruh tiap aitem Y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat skor X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat skor Y

N : Jumlah Subyek

2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen ini sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabilitas artinya, dapat dipercaya, jadi dapat di andalkan (Arikunto, 2010).

Analisis reliabilitas skala rasa aman dan semangat kerja dapat dipakai metode *Alpha Cronbach's* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma$: Jumlah varian butir

σ_1^2 : Varian total

F. Metode Analisis Data

Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan tujuan utama penelitian ini yakni ingin melihat apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Untuk tujuan ini, dilakukan pengukuran empirik dengan menggunakan uji statistik korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left[\left(\sum x^2 \right) - \left(\frac{(\sum x)^2}{N} \right) \right] \left[\left(\sum y^2 \right) - \left(\frac{(\sum y)^2}{N} \right) \right]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X (skor subjek setiap aitem) dengan variabel Y (total skor subjek dari keseluruhan aitem)

$\sum xy$: Jumlah dari hasil perkalian antara variabel X dengan variabel Y

$\sum x$: Jumlah skor seluruh tiap aitem X

$\sum y$: Jumlah skor seluruh tiap aitem Y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat skor X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat skor Y

N : Jumlah Subyek

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis *Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu:

1. Uji normalitas yaitu, untuk mengetahui apakah distribusi data dari variabel penelitian telah menyebar secara normal.
2. Uji linieritas, yaitu untuk mengetahui apakah data variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat.