

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe dan Lokasi Penelitian

Mengacu pada sasaran yang ingin dicapai, penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penulis ingin membangun fakta terkait hubungan antara kedua variabel sebagaimana tersebut di atas. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang berlokasi di Jalan Sei Serayu 70 A / Jalan Setia Budi No. 79B, Kota Medan.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Terikat (X) : Konsep Diri
2. Variabel Bebas (Y) : Perilaku Konsumtif

C. Definisi Operasional

Konsep diri adalah pandangan atau penilaian individu terhadap dirinya sendiri, baik yang bersifat fisik, sosial, maupun psikologis, yang didapat dari hasil interaksinya dengan orang lain. Konsep diri dapat diketahui melalui skala konsep diri yang dikemukakan oleh Berzonsky (1981) yaitu aspek psikologis, fisik, dan sosial. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka semakin positif konsep diri yang dimiliki. Sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh subjek maka semakin negatif konsep dirinya.

Perilaku konsumtif dapat disimpulkan sebagai perilaku konsumen yang bertindak secara emosional tanpa didasarkan perencanaan dan kebutuhan melainkan hanya karena suatu pemuasan, pemenuhan keinginan akan suatu produk yang dianggap menarik. Perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada

pertimbangan yang rasional dan dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan duniawi. Kaum wanita cenderung untuk berperilaku konsumtif dibandingkan kaum pria.

Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang selalu merasa tidak puas, tanpa peduli bagaimana cara mendapatkannya. perilaku konsumtif merupakan perilaku yang mendorong seseorang untuk membeli dan memiliki barang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan untuk mencapai suatu kepuasan dalam diri individu sehingga terjadi pemborosan.

Perilaku konsumtif dapat diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek perilaku konsumtif oleh Sumartono (2002), yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk karena menjaga penampilan dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga.
5. Membeli produk sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk akibat konformitas terhadap model iklan.
7. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan percaya diri.
8. Mencoba dua produk sejenis.

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek maka semakin kuat pula perilaku konsumtifnya. Sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh subjek maka semakin lemah pula kecenderungan perilaku konsumtif.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Menejemen Universitas Medan Area aktif berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 527 mahasiswa.

Tabel 1
Perhitungan Jumlah Populasi

STAMBUK	Populasi
2012	105
2013	97
2014	188
2015	137
Total	527

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi atau yang mewakili populasi yang diteliti dan sedikitnya memiliki satu sifat yang sama (Hadi, 2000). Sampel dalam penelitian ini mengambil mahasiswa putri stambuk 2015. Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan pendapat (Arikunto, 2010) bahwa populasi yang lebih dari 100, maka sampel dapat diambil antara 10%– 15% atau 20% – 25%. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2003).

Adapun, ciri-ciri sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Remaja putri berusia 18-22 tahun
2. Remaja putri yang memiliki tambahan uang saku
3. Remaja putri yang memiliki > 2 produk *fashion* sejenis dengan merek yang berbeda-beda.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Skala

Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. (Sugiyono, 2003).

Dalam penelitian ini digunakan dua skala, yaitu skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif.

a. Skala Konsep Diri

Skala ukur yang digunakan untuk mengukur konsep diri disusun berdasarkan indikator dari Berzonsky (1981) yaitu; Fisik, Sosial, Psikologis. Skala konsep diri ini dibuat berdasarkan format skala *Likert*. Nilai dari skala diperoleh dari hasil dari jawaban yang subjek yang mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pernyataan dalam skala.

Adapun kategori jawaban yang diberikan pada aitem *favourable* dan *unfavourable*, yakni aitem *favourable*, 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju), 1 (sangat tidak setuju). Sedangkan pada aitem *unfavourable*, yakni 4 (sangat tidak setuju), 3 (tidak setuju), 2 (setuju), 1 (sangat setuju).

b. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ukur yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif skala yang disusun berdasarkan indikator dari Sumartono (2002) , yaitu:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Skala perilaku konsumtif ini dibuat berdasarkan format skala *Likert*. Nilai dari skala diperoleh dari hasil dari jawaban subjek yang mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pernyataan yang terdapat pada skala.

Adapun kategori jawaban yang diberikan pada aitem *favourable* dan *unfavourable*: aitem *favourable*, yakni 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju), 1 (sangat tidak setuju). Sedangkan pada aitem *unfavourable*, yakni 4 (sangat tidak setuju), 3 (tidak setuju), 2 (setuju), 1 (sangat setuju).

F.Validitas dan Reliabilitas

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian selayaknya adalah alat ukur yang baik. Dimana alat ukur yang baik adalah alat ukur yang valid dan reliabel dimana valid dan reliabel memiliki pengertian sebagai berikut:

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.Suatu

tes atau instrumen pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut (Azwar, 2004). Untuk mengkaji validitas dalam sebuah penelitian, peneliti melihat alat ukur berdasarkan arah isi yang diukur yang disebut dengan validitas isi (*content validity*). Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional berdasarkan pendapat profesional (*professional judgment*) (Azwar, 2004).

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini adalah Analisis *Product Moment* dari Karl Pearson, dengan formula sebagai berikut (Hadi, 2000):

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

Keterangan:

- r : Koefisiensi korelasi antara variabel X (skor subjek setiap butir) dengan variabel Y (total skor subjek dari seluruh butir).
- Σxy : Jumlah dari hasil perkalian antara variabel X dengan variabel Y.
- ΣX : Jumlah skor keseluruhan subjek setiap butir
- ΣY : Jumlah skor keseluruhan item pada subjek
- ΣX^2 : Jumlah kuadrat skor X
- ΣY^2 : Jumlah kuadrat skor Y
- N : Jumlah subjek

Nilai validitas setiap butir (koefisien r *product moment Pearson*) sebenarnya masih perlu dikoreksi karena kelebihan bobot. Kelebihan bobot ini terjadi karena skor butir yang dikorelasikan dengan skor total ikut sebagai komponen skor total,

hal ini menyebabkan koefisien r menjadi lebih besar (Hadi, 2004). Formula untuk membersihkan kelebihan bobot ini dipakai *formula part whole* yaitu:

$$r_{bt} = \frac{r_{xy}(SD_x)(SD_y)}{\sqrt{(SD_x)^2 + (SD_y)^2 - 2r_{xy}SD_xSD_y}}$$

Keterangan :

- r_{bt} : Koefisien korelasi setelah dikoreksi dengan *part whole*.
 r_{xy} : Koefisien korelasi sebelum dikoreksi.
 SD_x : Standar deviasi butir
 SD_y : Standar deviasi total

2. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. *Reliable* dapat juga dikatakan keterpercayaan, keterandalan, keajengan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya, apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil relatif sama, selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah (Azwar, 2004). Skala akan diestimasi reliabilitasnya dalam jumlah yang sama banyak. Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur, maka digunakan rumus koefisien alpha sebagai berikut:

$$\alpha = 2 \frac{S_1^2 + S_2^2}{S_x^2}$$

Keterangan :

- S₁² = S₂² : Varians skor belahan 1 dan varians skor belahan 2
 S_x² : Varians skor skala

G. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji korelasi *product moment Pearson* melalui SPSS versi 16.0 *for Windows*. Alasan penelitian menggunakan uji ini untuk menguji hipotesis hubungan/korelasi antara satu variabel independen dengan satu dependen (Sugiyono, 2003).

Sebelum melakukan uji korelasi *product moment Pearson* terlebih dahulu penulis melalui uji normalitas dan linearitas. Adapun definisi uji normalitas, dan linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji kenormalan ini dilakukan untuk mengetahui apakah data nilai tes hasil belajar peserta didik berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah skor variabel yang diteliti mengikuti distribusi normal atau tidak (Hadi, 2000). Kaidah yang dipakai adalah jika $p > 0,05$ sebaran normal, sebaliknya jika $p \leq 0,01$ sebaran tidak normal. Uji normalitas menggunakan uji z dari *one sample kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 16.0 for windows.

b. Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variable memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas ini digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Uji linieritas dilakukan terhadap variabel konsep diri dengan

variabel keterlibatan kerja. Untuk mengetahui kedua variabel linier atau tidak, maka digunakan uji linieritas dengan uji F. Kaidahnya dengan melihat p pada tabel linieritas, dimana jika $p \leq 0,05$ untuk *linierity* dan jika $p > 0,05$ untuk *deviation for linierity* maka dikatakan kedua variabel memiliki hubungan yang linier. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 16.0 *for Windows*.

