

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain penelitian**

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah kuantitatif, penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2012), adalah metode berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif korelasional, menurut sugiyono (2012), penelitian korelasional adalah penelitian yang sifatnya menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara harga diri dengan minat membeli pakaian bermerek pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara (USU).

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Variabel dalam penelitian ini adalah :

Variabel terikat : Minat membeli pakaian bermerek

Variabel bebas : Harga Diri

### **C. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **1. Harga Diri**

Harga diri merupakan evaluasi secara menyeluruh dari dimensi diri. Harga diri juga mengacu pada harga diri atau *self image* dan merefleksikan kepercayaan diri serta kepuasan individu terhadap diri mereka. Harga diri dalam penelitian ini diungkapkan dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek –aspek harga diri yaitu perasaan disertakan atau diterima, perasaan mampu, dan perasaan berharga. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi harga diri dan semakin rendah skor yang diperoleh, maka semakin rendah harga diri.

#### **2. Minat Membeli Pakaian Bermerek**

Minat membeli pakaian bermerek adalah keinginan individu untuk membeli suatu barang / jasa karena adanya keinginan dan kebutuhan untuk mengkonsumsi suatu produk. Maka hal tersebut dapat menimbulkan kepuasan untuk memiliki atau membeli. Data mengenai minat membeli pakaian bermerek ini diungkap dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek – aspek minat membeli yaitu perhatian, ketertarikan, dan keinginan. Semakin tinggi skor yang yang diperoleh, maka semakin tinggi minat beli dan semakin rendah skor yang diperoleh, maka semakin rendah minat beli.

### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi yang masuk melalui jalur mandiri dengan jumlah sebanyak 314 mahasiswi.

## **2. Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2006), sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitian sampel. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 mahasiswi di Fakultas Ekonomi USU.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sejumlah sampel berdasarkan adanya tujuan tertentu, dimana sampel yang diambil harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik sampel dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Mahasiswi Fakultas Ekonomi USU
- b. Sering menggunakan pakaian bermerek seperti H&M, Zarra, Hermes
- c. Status ekonomi menengah keatas diukur dengan memiliki kendaraan bermobil.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologis, dimana skala psikologis ini merupakan suatu alat ukur dengan menggunakan daftar pernyataan – pernyataan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Metode skala berdasarkan pada *self report* atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi tentang diri (Hadi, 2000).

Menurut Hadi (2000), metode skala psikologis digunakan dengan asumsi bahwa :

1. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya.
2. Apa saja yang dinyatakan subjek pada peneliti adalah benar dan dapat di percaya.
3. Interpretasi subjek tentang pernyataan – pernyataan yang diajukan kepadanya sama dengan yang dimaksudkan peneliti.

### **A. Skala Harga Diri**

Skala ukur harga diri dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek – aspek yang di kemukakan oleh Felker ( dalam Widodo, 2004), yaitu perasaan disertakan atau diterima, perasaan mampu, dan perasaan berharga.

### **B. Skala Minat Membeli**

Skala minat membeli disusun berdasarkan aspek – aspek minat beli yang di kemukakan oleh Lucas dan Britt (2003) yakni perhatian, ketertarikan, dan keinginan.

Kedua skala diatas, yakni harga diri dengan minat membeli disusun berdasarkan skala likert dimana setiap aitem mempunyai 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Nilai untuk masing – masing jawaban untuk aitem *favourable* (mendukung tujuan pengukuran) adalah Sangat Sesuai (SS) dengan nilai 4, Sesuai (S) dengan nilai 3, Tidak Sesuai (TS) dengan nilai 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) dengan nilai 1. Nilai untuk masing – masing jawaban untuk aitem *unfavourable* (tidak mendukung tujuan pengukuran) adalah Sangat Sesuai (SS) nilai 1, Sesuai (S) nilai 2, Tidak Sesuai (TS) nilai 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) nilai 4.

#### **F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur**

Sebelum sampai pada pengolahan data, yang akan diolah nanti haruslah berasal dari alat ukur yang mencerminkan fenomena apa yang diukur. Untuk itu perlu di lakukan analisis butir (validitas dan reliabilitas).

##### **1. Validitas**

Menurut Azwar (1997) validitas adalah sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya karena dalam suatu penelitian ilmiah sangat diperlukan penggunaan alat ukur yang tepat untuk memperoleh data yang akurat.

Validitas diuji dengan menggunakan kolerasi *product moment* dari Karl Pearson dengan rumus 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 item dengan nilai total
$\sum XY$	= Jumlah hasil perkalian antara item dan nilai total
$\sum X$	= Jumlah skor item
$\sum Y$	= Jumlah skor nilai total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat skor X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat skor Y
$N$	= Jumlah subjek

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukurandapat di percaya. Reliabelitas dapat juga dikatakan kepercayaan, keterasalan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang diukur memang belum berubah (Azwar, 1997). Skala yang akan diestimasi reliabilitasnya dalam jumlah yang sama banyak. Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur maka digunakan rumus Alpha sebagai berikut.

$$\alpha = 2 \left[ \frac{1 - S1^2 - S2^2}{Sx^2} \right]$$

Keterangan:

$\alpha$	= Koefisien alpha
$S1^2$ dan $S2^2$	= Variaans skor belahan 1 dan varians skor belahan 2
$Sx^2$	= Varians skor skala

## G. Metode Analisis data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Teknik statistik untuk menguji hipotesis yang

bertujuan untuk melihat hubungan antara harga diri (variabel bebas X) dengan minat membeli pakaian bermerek (variabel terikat Y).

Sebelum data dianalisis dengan teknik korelasi *product moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi penelitian, yaitu :

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