

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Azwar (2017) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metoda analisis statistika. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan desain penelitian non-eksperimental. Desain penelitian non-eksperimental adalah melakukan pengukuran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tanpa memberikan perlakuan-perlakuan khusus terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Variabel independen atau bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2018). Dalam penelitian ini variabel independen yang

diteliti adalah harga diri. Variabel dependen atau terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (independen) Sugiyono (2018). Dalam penelitian ini variabel dependen yang diteliti adalah perilaku konsumtif.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah definisi variabel yang dirumuskan berdasarkan ciri atau karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Definisi operasional variabel bebas dan terikat penelitian ini, (Azwar, 2017) sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan pola perilaku individu dalam mengonsumsi barang yang lebih mementingkan faktor keinginan untuk mendapatkan kesenangan daripada untuk memenuhi kebutuhan, yang diukur melalui indikator-indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Sukari,2013) di antaranya yaitu: membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

2. Harga Diri

Harga diri adalah sebuah penilaian terhadap kemampuan ataupun segala hal yang ada pada diri sendiri baik itu penilaian positif ataupun negatif, yang diukur melalui aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith (dalam Suhron, 2017) diantaranya yaitu: perasaan berharga, perasaan mampu, dan perasaan diterima.

C. Populasi dan Teknik Sampel

1. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Menurut Azwar (2017) populasi adalah kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2016, 2017, 2018, dan 2019 di Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan total populasi 607 mahasiswa.

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus bersifat *representatif* (mewakili).

2. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan Sampling kuota. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2018).

Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. (Sugiyono, 2018). Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

- a. Berusia 18-25 tahun
- b. Laki-laki dan perempuan
- c. Aktif sebagai mahasiswa/i Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala Psikologi. Skala yang digunakan adalah skala *likert*, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala harga diri dan skala perilaku konsumtif. Menurut Sugiyono (2018) dalam skala likert, jawaban setiap aitem instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif/*favorable* (mendukung objek sikap) sampai sangat negatif/*unfavorable*

(tidak mendukung objek sikap). Skala likert memiliki lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1

Distribusi Skor Aitem

No.	Tanggapan	Skor	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	(SS) Sangat Setuju	5	1
2.	(S) Setuju	4	2
3.	(N) Netral	3	3
4.	(TS) Tidak Setuju	2	4
5.	(STS) Sangat Tidak Setuju	1	5

Dari tabel di atas diketahui untuk aitem yang *favorable* (mendukung) mendapat skor pada tiap pernyataan mulai dari sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sampai sangat tidak setuju (STS) diberi skor 5-1. Sedangkan untuk aitem yang *unfavorable* (tidak mendukung) pada tiap pernyataan mulai dari sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sampai sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1-5.

1. *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini berisi 32 pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Sukari, 2013) yaitu: membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk

dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, dan keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Tabel 3.2
Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

Indikator	Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Membeli produk karena iming-iming hadiah.	1,2	3,4	4
Membeli produk karena kemasannya menarik.	5,6	7,8	4
Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.	9,10	11,12	4
Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat)	13,14	15,16	4
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.	17,18	19,20	4
Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.	21,22	23,24	4
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.	25,26	27,28	4
Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.	29,30	31,32	4
Total	16	16	32

2. *Blueprint Skala Harga Diri*

Skala ini berisi 42 pernyataan yang dibuat berdasarkan aspek harga diri menurut Coopersmith (dalam Suhron, 2017) yaitu: perasaan berharga, perasaan mampu, perasaan diterima.

Tabel 3.3
Blueprint Skala Harga Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Perasaan Berharga	Merasa dirinya diterima	1,2	3,4	4
	Dapat menghargai orang lain	5,6	7,8	4
	Mengontrol tindakan-tindakannya terhadap dunia di luar dirinya	9,10	11,12	4
	Mengekspresikan dirinya dengan baik	13,14	15,16	4
	Dapat menerima kritik dengan baik	17,18	19,20	4
Perasaan Mampu	Mampu mencapai suatu hasil yang diharapkan	21,22	23,24	4
	Memiliki nilai-nilai dan sikap-sikap yang demokratis serta orientasi yang realistis	25	26	2
	Menyukai tugas baru yang menantang, aktif dan tidak cepat bingung bila segala sesuatu berjalan di luar rencana	27,28	29,30	4
	Tidak menganggap dirinya sempurna tetapi sadar akan keterbatasan diri dan berusaha agar ada perubahan dalam dirinya	31	32	2
	Ketika telah merasa mencapai tujuannya secara efisien maka individu akan menilai dirinya secara tinggi	33,34	35,36	4
Perasaan Diterima	Ia dapat diterima sebagai dirinya sendiri oleh suatu kelompok	37,38	39,40	4
	Merasa dirinya diterima dan dihargai oleh anggota kelompok	41	42	2
Total		21	21	42

E. Metode Analisis Instrumen

1. Uji Validitas

Sugiyono (2017) menjelaskan instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi, untuk memastikan sejauh mana isi dari skala tersebut mencakup data yang komprehensif dan relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Azwar (2017) validitas isi adalah sejauh mana elemen-elemen dalam suatu instrumen ukur benar-benar relevan dan merupakan representasi dari isi diawali dengan penilaian kelayakan isi aitem sebagai jabaran dan indikator berperilaku atribut yang diukur.

Penilaian ini dilaksanakan oleh suatu panel *expert* bukan oleh penulis aitem atau perancang tes itu sendiri, tahapan ini disebut juga pengujian *expert judgement* yaitu penilaian dari ahli untuk mengukur validitas alat ukur yang telah dibuat. Penghitungan hasil *expert judgement* menggunakan statistik dari Lawshe (dalam Azwar, 2017) yaitu *Content Validity Ratio (CVR)*. Dalam pendekatan ini sebuah panel yang terdiri dari para ahli yang disebut *Subject Matter Expert (SME)* diminta untuk menyatakan apakah aitem dalam skala sifatnya esensial bagi operasionalisasi konstruk teoretik skala yang bersangkutan.

Kategori penilaian terbagi menjadi tiga tingkatan esensialitas yaitu: (1) esensial, (2) berguna tapi tidak esensial, (3) tidak diperlukan. Aitem dinilai esensial bilamana aitem tersebut dapat merepresentasikan dengan baik tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan dalam *Content Validity Ratio (CVR)* yaitu:

Adapun rumus CVR yaitu :

$$\text{CVR} = (2n_e / n) - 1$$

Keterangan :

- n_e : Banyaknya *SME* yang menilai suatu aitem esensial
- n : Banyaknya *Subjek Matter Expert* yang melakukan penilaian

2. Analisis Aitem

Uji validitas analisis aitem dilakukan dengan menggunakan formula *product moment* dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24.0 *for windows*. Masrun (dalam Sugiyono, 2018) mengungkapkan bahwa item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Aitem yang dinyatakan valid yaitu memiliki nilai korelasi 0,30 (Azwar, 2019).

3. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menjelaskan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Apabila nilai reliabilitas semakin mendekati angka 1,00 berarti alat ukur semakin reliabel. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS* versi 24.0 *for windows*. Berikut klasifikasi koefisien reliabilitas menurut Guilford (dalam Suherman, 2003), yaitu:

Tabel 3.4
Klasifikasi Koefisien Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
$<0,00$	Tidak valid
$0,00 \leq r_{xy} < 0,20$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_{xy} < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r_{xy} < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r_{xy} < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r_{xy} \leq 1,00$	Sangat Tinggi

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang tersedia (Sugiyono, 2018). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik. Metode analisis data tersebut menggunakan *software IBM SPSS* versi 24.0 *for windows* untuk mengetahui pengaruh variabel harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Buana Perjuangan Karawang.

1. Uji Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*. Pemilihan ini didasarkan pada jumlah sampel yang akan diuji, apabila sampel berjumlah >50 orang maka digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan jika sampel yang digunakan <50 orang maka digunakan uji *Shapiro-Wilk* (Dahlan, 2010).

Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mendeteksi normalitas data. Perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* hitung dengan taraf signifikansi 5% atau ($>0,05$) (Sugiyono,

2018). Apabila nilai *Kolmogorov-Smirnov* hitung lebih besar atau sama dengan nilai 0,05 maka distribusi data dinyatakan normal, dan apabila lebih kecil maka akan dinyatakan tidak normal. Penulis menggunakan *software IBM SPSS* versi 24.0 *for windows* untuk mendapatkan hasil normalitas data.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat linieritas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas, data dikatakan linier apabila signifikansi $< 0,05$ sedangkan jika nilai linier signifikansi $> 0,05$ maka data dikatakan tidak linier Sugiyono (2018). Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui sifat linieritas dari variabel bebas dan variabel terikat, uji ini dilakukan dengan bantuan program *software SPSS* versi 24.0 *for windows*.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat sementara atau sebuah dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya, oleh karena itu uji hipotesis ini diperlukan (Siregar, 2016). Adapun uji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan uji regresi linear sederhana. Uji regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya (Nurhayati & Setiadinanti, 2019). Analisis regresi linier sederhana digunakan apabila penelitian hanya melibatkan satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) (Sugiyono 2017). Maka uji linieritas regresi yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

1. Uji Koefisien Determinasi

Nilai dari koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen (X) harga diri terhadap variabel dependen (Y) perilaku konsumtif. Menurut Sugiyono (2017) rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

2. Uji Kategorisasi

Uji kategorisasi dilakukan untuk mengkategorisasikan subjek dengan skor skala tinggi, sedang, atau rendah. Uji kategorisasi ditunjukkan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur (Azwar, 2012). Yang terdiri dari tiga kategori, yaitu:

Tabel 3.5
Tabel Klasifikasi Kategori

Rendah	$X < M-1SD$
Sedang	$M-1SD \leq X < M+1SD$
Tinggi	$M+1SD \leq X$

Uji kategorisasi dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 24.0 *for windows*.