

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Creswell (2008) menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian pendidikan dimana peneliti memutuskan apa yang akan diteliti, menyusun pertanyaan spesifik, membatasi pertanyaan, mengumpulkan data terukur dari partisipan, menganalisis angka-angka dengan menggunakan statistik, melakukan penyelidikan yang tidak memihak, dengan cara-cara yang objektif. Penelitian kuantitatif memerlukan studi pada sampel dari populasi yang sangat bergantung pada data numerik dan statistik. Berdasarkan cara penelitiannya dilakukan dengan menggunakan penelitian skala. Pendekatan kuantitatif lebih menekankan pada data angka-angka (numerik) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2013).

B. Definisi Operasional Penelitian

Untuk memperjelas arti dari variabel yang akan digunakan dalam penelitian, maka diperlukan adanya batasan atau definisi secara operasional. Definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Definisi Operasional Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk membeli barang-barang tanpa pertimbangan yang rasional, membeli tidak berdasarkan kebutuhan melainkan berdasarkan keinginan, sehingga sifatnya berlebihan. Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan

aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (dalam Lestarina, Karimah, dkk, 2017) yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan.

2. Definisi Operasional Citra Diri

Citra diri adalah penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri, penilaian tersebut meliputi fisik, psikis dan sosial serta penilaian orang lain terhadap dirinya. Citra diri diukur dengan menggunakan aspek-aspek menurut Jersild (dalam Andarwati, 2016) yaitu fisik (*perceptual component*), psikis (*conceptual component*) dan sosial (*attitudinal component*).

C. Populasi dan Teknik Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau sumber yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi di Karawang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) teknik *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan *sampling* kuota. *Sampling* kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2018). Karakteristik sampel dalam penelitian ini, yaitu: Mahasiswi yang berdomisili di Karawang dan pengguna kosmetik.

Karena pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui maka untuk menentukan jumlah sampel yang populasinya tidak diketahui peneliti menggunakan rumus Lemeshow (dalam Nanincova, 2019) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \frac{1}{2} \cdot P(1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah Sampel

Z = derajat kepercayaan (95%, $Z=1,96$)

P = maksimal estimasi (50%=0,5)

d = alpha/besar toleransi kesalahan (10%=0,1)

Jumlah sampel yang akan peneliti ambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

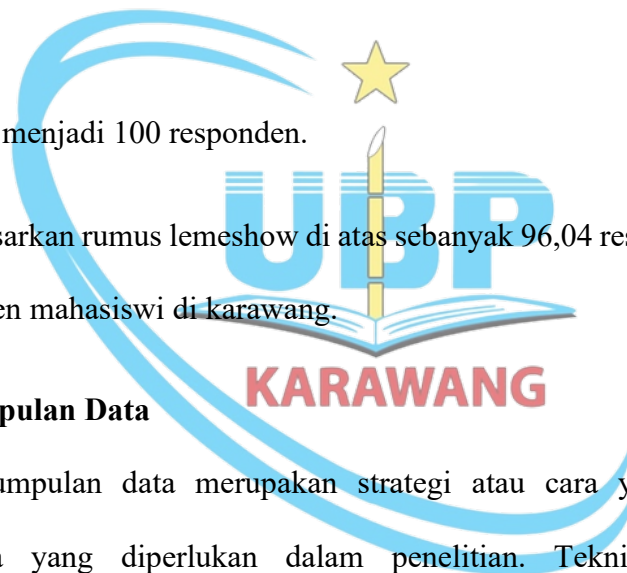
$n = 96,04$, dibulatkan menjadi 100 responden.

Jumlah sampel berdasarkan rumus lemeshow di atas sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden mahasiswa di karawang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan strategi atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan dan informasi yang dapat dipercaya. Sehingga dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan ialah skala psikologis. Instrumen pengukuran skala psikologis menurut Azwar (2020) merupakan daftar pertanyaan yang mendeskripsikan mengenai aspek kepribadian individu dari indikator perilaku guna memperoleh jawaban yang tidak secara langsung menggambarkan keadaan diri responden yang biasanya tidak disadari.

Menurut Sugiyono (2013) skala psikologi adalah alat pengumpulan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.



Skala psikologis bertujuan untuk mengungkapkan tujuan ukur tersebut dengan melakukan analisis statistika. Skala psikologi yang akan dilakukan untuk penelitian ini yakni skala citra diri dan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari beberapa item *favorable* dan item *unfavorable*. Item *favorable* merupakan item yang berisi konsep berperilaku yang sesuai atau mendukung atribut yang diukur. Sedangkan item *unfavorable* merupakan item yang berisi konsep bertentangan atau tidak mendukung ciri perilaku yang dikehendaki oleh indikator berperilaku (Azwar, 2020).

Skala perilaku konsumtif dan citra diri pada mahasiswa di Karawang menggunakan skala pengukuran *likert*. Sugiyono (2018) menyatakan skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial.

Menurut Azwar (2018) skala *likert* merupakan skala yang disusun untuk mengungkapkan sikap pro dan kontra, positif dan negatif. Skala *likert* disusun dalam format *checklist* dan terdapat lima alternatif jawaban, yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Cukup Sesuai (CS), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Setiap pernyataan memiliki lima pilihan sikap yang akan dipilih salah satunya, sehingga pernyataan ini berisi pengukuran skala mengenai objek sikap yang dipilih atau dirasakan oleh responden. Dalam penelitian ini, digunakan jenis instrument skala psikologi dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skor Aitem

No.	Tanggapan	Skor	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	(SS) Sangat Sesuai	5	1
2.	(S) Sesuai	4	2
3.	(CS) Cukup Sesuai	3	3
4.	(TS) Tidak Sesuai	2	4
5.	(STS) Sangat Tidak Sesuai	1	5

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (dalam Lestarina, Karimah, dkk, 2017) di antaranya yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan. Adapun *blueprint* skala perilaku konsumtif dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 3. 2 *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

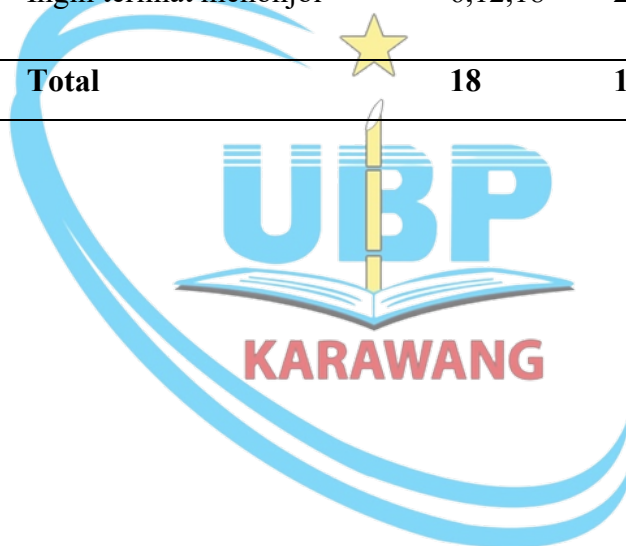
Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Pembelian Impulsif	Membeli barang karena hadiah yang menarik.	1,7,13	19,25,31	6
	Membeli produk karena kemasannya menarik.	2,8,14	20,26,32	6
Mencari Kesenangan	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi atau hanya sekedar menjaga simbol status.	3,9,15	21,27,33	6
	Membeli produk atas pertimbangan harga (membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri).	4,10,16,	22,28,34	6
Pemborosan	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.	5,11,17	23,29,35	6
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis tetapi mereknya berbeda.	6,12,18	24,30,36	6
Total		18	18	36

2. Skala Citra Diri

Skala citra diri pada penelitian ini menggunakan aspek-aspek menurut Jersild (dalam Andarwati, 2016) diantaranya yaitu fisik (*perceptual component*), psikis (*conceptual component*) dan sosial (*attitudinal component*). Adapun *blueprint* citra diri dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 3. 3 *Blueprint* Skala Citra Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Fisik (<i>perceptual component</i>)	Penampilan Fisik.	1,7,13	19,25,31	6
	Ekspresi yang diberikan.	2,8,14	20,26,32	6
Psikis (<i>conceptual component</i>)	Cara memandang diri sendiri, menerima dan memahami keadaan diri.	3,9,15	21,27,33	6
	Ingin memiliki penampilan ideal	4,10,16,	22,28,34	6
Sosial (<i>attitudinal component</i>)	Pandangan terhadap penilaian orang lain.	5,11,17	23,29,35	6
	Ingin terlihat menonjol	6,12,18	24,30,36	6
Total		18	18	36

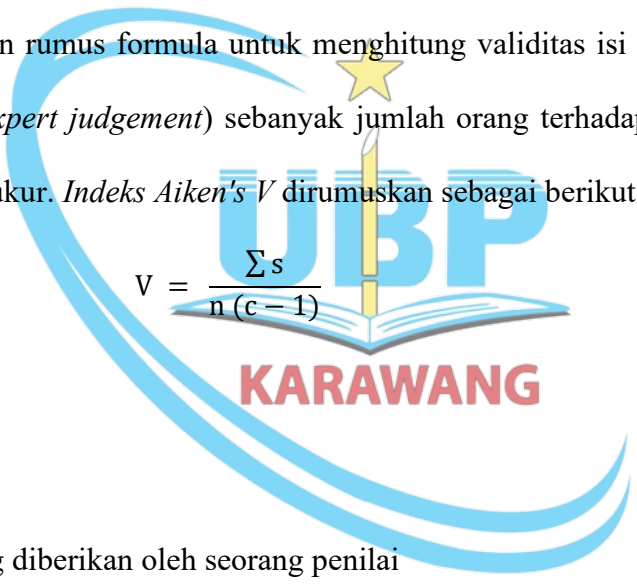


E. Metode Analisis Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Menurut Azwar (2019) pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut. Pengujian validitas yang dipakai kemudian akan dilakukan secara empirik dan dikenal secara tradisional yaitu uji validitas isi.

Penelitian ini akan menggunakan perhitungan koefisien validitas isi *Aiken's V*. Dimana *Aiken's V* memberikan rumus formula untuk menghitung validitas isi yang didasarkan hasil dari penilaian ahli (*expert judgement*) sebanyak jumlah orang terhadap aitem-aitem dimana telah mewakili skala ukur. Indeks *Aiken's V* dirumuskan sebagai berikut:


$$V = \frac{\sum s}{n(c-1)}$$

Keterangan:

$$s = r - lo$$

r = angka yang diberikan oleh seorang penilai

lo = angka penilaian validitas terendah (yaitu 1)

c = angka penilaian validitas tertinggi (yaitu 5)

n = banyaknya SME/ penilai

2. Uji Analisis Aitem

Adapun validitas aitem yang digunakan menggunakan analisis aitem atau daya diskriminasi aitem. Menurut Azwar (2020), deskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan daya yang tidak memiliki atribusi yang di ukur. Salah satu cara menentukan daya diskriminasi aitem yaitu

dengan menghitung koefisien korelasi antar distribusi skor aitem total skala itu sendiri, kriteria pemilihan aitem yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan korelasi aitem total dengan batasan nilai 0,3 ($p > 0,3$), korelasi aitem dihitung dengan menggunakan *Product Moment* dari *Karl Pearson* dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Adapun rumus untuk penghitungan manual formula *Pearson* (dalam Azwar (2020) adalah sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{\left[\sum iX - \frac{(\sum i)(\sum X)}{n} \right]}{\sqrt{\left[\sum i^2 - \frac{(\sum i)^2}{n} \right] \left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n} \right]}}$$

Keterangan

i = Skor item

X = Skor tes

n = Banyaknya subjek

Penghitungan ini dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS untuk analisis item dan melihat daya diskriminasi dari item alat ukur yang telah dibuat dengan kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu hasil analisis item dinyatakan memiliki daya beda item yang baik jika lebih dari 0,3 ($p > 0,3$) Azwar (2020).

3. Uji Reliabilitas

Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan hasil ukur dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang sama Azwar (2012).

Azwar (2012) berpendapat bahwa tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisiensi reliabilitas, yang secara teoritik berada dalam rentang angka 0 – 1,00. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin konsisten hasil ukurnya. Dalam menentukan reliabilitas instrumen di dalam penelitian

ini menggunakan teknik analisis data *Alpha Cronbach*. Sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menentukan reliabilitas skala dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25 dan berikut acuan tabel *Guilford* menurut Sugiyono (2018) :

Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Reliabilitas *Guilford*

Besarnya Nilai r	Interpretasi
$0,90 \leq r < 1,00$	Reliabilitas sangat tinggi
$0,60 \leq r < 0,80$	Reliabilitas tinggi
$0,40 \leq r < 0,60$	Reliabilitas sedang
$0,20 \leq r < 0,40$	Reliabilitas rendah
$0,00 \leq r < 0,20$	Reliabilitas sangat rendah

F. Teknis Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghazali (dalam Apriyono, 2015) adalah pengujian untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* menggunakan pendekatan *montecarlo* melalui program SPSS versi 25., dengan kriteria kenormalan signifikansi uji = 0.05. Jika Sig >0.05, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, jika Sig <0.05, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal (Sugiyono, 2018).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian asumsi yang wajib dilakukan apabila dalam pengujian hipotesis akan menggunakan teknik analisis regresi linear (Sibarani, 2019). Pengujian linearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS versi 25., dengan membandingkan p-value dengan signifikansi (0,05) antar variable (Rangkuti dan Wahyuni, 2017). Menurut Sugiyono (2018) jika nilai *linearity Sig* <0,05 maka dapat dikatakan linier, sedangkan jika nilai *linearity Sig* >0,05 maka tidak linier.

3. Uji Hipotesis

Analisis regresi adalah suatu teknik pengujian hipotesis penelitian yang digunakan untuk melihat bagaimana suatu variabel mampu memprediksi variabel yang lain dan bagaimana arah hubungan sebab akibat antar variabel yang bersangkutan (Rangkuti dan Wahyuni, 2017). Sugiyono (2018) uji regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi kriteria nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen. Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal yang melibatkan hanya satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 25.0, dengan rumus yaitu:

Keterangan:

y : variabel dependen

a : konstanta

b : koefisien predictor

x : variabel predictor



4. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2018) nilai dari koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen (X) citra diri terhadap variabel dependen (Y) perilaku konsumtif. Menurut Sugiyono (2018) rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

5. Uji Kategorisasi

Penelitian melakukan kategorisasi di dalam penelitian ini berdasarkan kategorisasi skor skala tinggi, sedang, atau rendah. Uji kategorisasi ditujukan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur Azwar (2018). Adapun penggolongan subjek citra diri terdiri dari dua kategori positif dan negatif, dan dua kategori perilaku konsumtif yaitu tinggi dan rendah. Adapun penggolongan kategori menurut Azwar (2018), yaitu:

Tabel 3. 5 Klasifikasi Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Keterangan:	Rendah	$X (\mu - 1,0 \sigma)$
	Tinggi	$(\mu + 1,0 \sigma)$

μ : Mean

σ : Standar Deviasi

Tabel 3. 6 Klasifikasi Kategorisasi Citra Diri

Keterangan:	Positif	$X \geq \mu$
	Negatif	$X < \mu$

X : Skor setiap responden

μ : Mean Teoritik