

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode dan Desain Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti memilih metode kuantitatif untuk digunakan karena data penelitian berupa angka –angka, yang selanjutnya akan diolah menggunakan data SPSS versi 25 *for windows* dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Bentuk desain yang digunakan pada penelitian ini adalah kausal-komparatif yang bertujuan untuk menyelidiki tentang ada atau tidaknya hubungan sebab-akibat pada variabel yang diperhatikan. Penelitian kausal-komparatif merupakan penelitian yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan tentang ada atau tidaknya hubungan sebabakibat diantara variabel yang diperhatikan, melalui pengamatan terhadap konsekuensi yang sudah terjadi dan melihat ulang data yang tersedia untuk menemukan faktor-faktor penyebab yang mungkin terdapat pada data tersebut (Azwar, 2022).

Berdasarkan judul pada penelitian, maka variabel pada penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Y): Perilaku Konsumtif
2. Variabel Bebas (X1): Konsep Diri
3. Variabel Bebas (X2): Citra Diri

## B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Azwar (2022) definisi operasional merupakan suatu pendeskripsian rumusan variabel dengan berdasar pada hasil observasi terkait karakteristik tiap variabel tersebut.

### 1. Perilaku Konsumtif

Peningkatan perilaku konsumtif cenderung berlangsung saat individu tengah melakukan transaksi pembelanjaan di luar kebutuhan rasional. Hal tersebut dipicu oleh aktivitas belanja yang tidak lagi mengacu pada kebutuhan namun keinginan semata. Perilaku konsumtif diukur menggunakan skala perilaku konsumtif yang dikonstruksi sendiri oleh peneliti berdasarkan pada tiga aspek menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu, tingkah laku impulsif (*impulsive buying*), pembelian irasional (*non-rational buying*), dan pemborosan (*wasteful buying*).

### 2. Konsep Diri

Konsep diri mencakup dasar acuan terkait persepsi yang dimiliki oleh individu atas dirinya sendiri, meliputi aspek fisik, pemikiran, pandangan, akademik, dan sosial serta hal-hal pribadi pada kehidupan mereka. Konsep diri diukur menggunakan skala *Personal Self-Concept Questionnaire* (PSC) dari Goñi dkk., (2011) berdasarkan empat aspek yaitu, kecukupan diri (*self-fulfillment*), kejujuran (*honestly*), otonomi (*autonomy*), dan pengendalian emosi (*emotional self-concept*).

### 3. Citra Diri

Citra diri adalah pemberian nilai oleh individu terhadap dirinya sendiri, penilaian tersebut meliputi fisik, psikis, dan sosial serta pemberian nilai oleh pihak lain terhadap dirinya. Citra diri diukur menggunakan skala citra diri yang

dikonstruksi sendiri oleh peneliti berdasarkan tiga aspek menurut Jersild (1978) yaitu, fisik (*perceptual component*), psikis (*conceptual component*), dan sosial (*attitudinal component*).

## C. Populasi dan Teknik Sampel

### 1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2022) merupakan wilayah generalisasi yang meliputi atas obyek maupun subyek yang berkualitas dan memiliki ciri khas khusus yang telah ditetapkan dan dipahami oleh peneliti yang nantinya akan dibuat sebagai simpulan. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui (*infinity*). Hal ini dikarenakan tidak pastinya jumlah pengguna produk kosmetik di Karawang dengan karakteristik perempuan dewasa awal dengan kisaran usia 18-40 tahun yang merupakan pembeli dan pengguna produk kosmetik di Karawang.

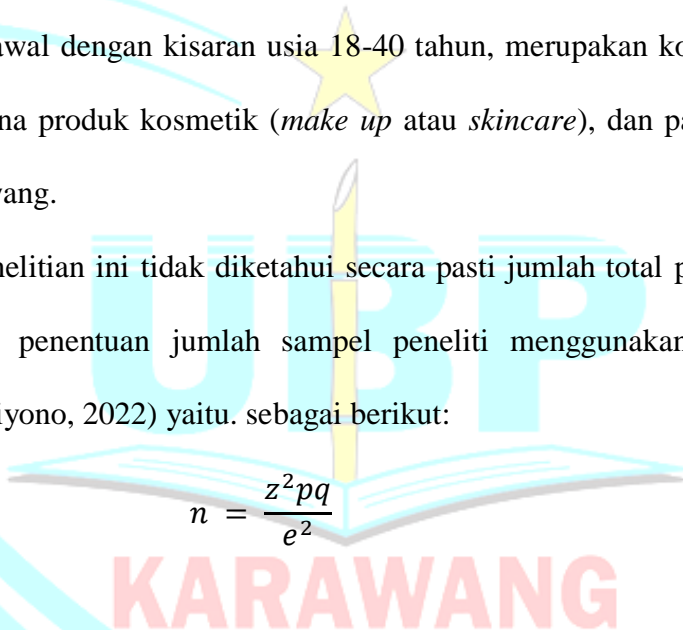
Sampel merupakan elemen dari kuantitas keseluruhan dan kepemilikan ciri khas oleh tersebut (Sugiyono, 2022). Jumlah populasi yang terindikasi besar menimbulkan ketidakmungkinan bagi peneliti untuk mempelajari dan memahami secara keseluruhan. Besaran tersebut menciptakan berbagai keterbatasan, baik dari segi waktu, biaya, maupun tenaga. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi.

### 2. Teknik Sampel

Jenis teknik yang digunakan untuk mengambil sampel pada penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2022) teknik *non-probability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel tanpa memberi

peluang bagi tiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2022) *sampling insidental* merupakan teknik pemilihan sampel yang berlangsung tanpa disengaja sehingga siapapun yang ditemui oleh peneliti dan memiliki relevansi dengan karakteristik objek penelitian mampu dijadikan sebagai sampel maupun sumber data. Adapun karakteristik sampel pada penelitian ini yaitu, perempuan dewasa awal dengan kisaran usia 18-40 tahun, merupakan konsumen pembeli dan pengguna produk kosmetik (*make up* atau *skincare*), dan partisipan berdomisili di Karawang.

Di dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah total populasi, untuk memudahkan penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Cochran (dalam Sugiyono, 2022) yaitu. sebagai berikut:



$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Taraf kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 5%

Berdasarkan rumus Cochran (dalam Sugiyono, 2022) di atas maka hasil perhitungan yaitu, sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

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

$$n = 384,16$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan menggunakan rumus Cochran, didapatkan sampel sebanyak 384,16 dan dilakukan pembulatan menjadi 385. Maka jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 385 partisipan.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah menggunakan skala psikologi. Penggunaan format skala pada penyusunan skala psikologi adalah aitem dengan bentuk pernyataan. Menurut Azwar (2022) skala adalah instrumen pengukuran yang berbentuk susunan pernyataan guna melakukan pengungkapan atribut khusus melalui pemberian respon atas pernyataan terkait. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga skala psikologi, meliputi skala konsep diri untuk melakukan pengukuran nilai atas konsep diri, skala citra diri untuk melakukan pengukuran nilai atas citra diri, dan skala perilaku konsumtif untuk melakukan pengukuran taraf perilaku konsumtif. Pengukuran skala pada penelitian ini menggunakan skala likert dan disajikan dengan menggunakan *Google Form*.

Menurut Sugiyono (2022) penggunaan skala likert ditujukan sebagai media pengukuran atas sikap, argumen, dan persepsi individu maupun kelompok terkait fenomena sosial. Pada penelitian ini, variabel X1 yaitu konsep diri, variabel X2 yaitu citra diri, dan variabel Y yaitu perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Azwar (2022) aitem dengan tipe likert memuat atas beberapa stimulus berbentuk pernyataan yang isinya disesuaikan dengan

indikator tingkah laku (*favorable*) dan yang isi yang menentang indikator (*unfavorable*), diikuti oleh lima pilihan respon berjenjang. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini termuat dalam *checklist*.

## 1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif pada penelitian ini menggunakan alat ukur yang dikonstruksi sendiri oleh peneliti dengan didasarkan pada tiga aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu, perilaku impulsif (*impulsive buying*), pembelian irasional (*non-rational buying*), dan pemborosan (*wasteful buying*). Jumlah aitem pada skala perilaku konsumtif sebanyak 31 aitem pernyataan dengan 16 aitem *favorable* dan 15 aitem *unfavorable*. Adapun *blueprint* dari skala perilaku konsumtif yaitu, sebagai berikut:

Tabel 1. *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Pembelian impulsif ( <i>impulsive buying</i> )	Membeli produk karena kemasannya menarik.	1, 7, 13	17, 23, 28	6
	Membeli barang karena ada diskon menarik.	2, 8	18, 24	4
	Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.	3, 9, 14	19, 25, 29	6
Pembelian tidak rasional ( <i>non-rational buying</i> )	Membeli produk untuk kesenangan.	4, 10, 15	20, 26, 30	6
	Membeli tanpa didasari kebutuhan.	5, 11	21	3
	Melakukan percobaan lebih dari dua produk dengan merek berbeda.	6, 12, 16	22, 27, 31	6
Total		16	15	31

Tabel 2. Skor Aitem Skala Perilaku Konsumtif

Alternatif Jawaban	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup Setuju (CS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (SS)	1	5

## 2. Skala Konsep Diri

Skala konsep diri pada penelitian ini menggunakan alat ukur yang diadopsi dari skala *Personal Self-Concept Questionnaire* (PSC) berdasarkan empat aspek dari Goñi dkk., (2011) yaitu, kecukupan diri (*self-fulfillment*), kejujuran (*honestly*), otonomi (*autonomy*), dan pengendalian emosi (*emotional self-consept*). Jumlah aitem pada skala PSC sebanyak 18 aitem pernyataan, dan semua aitem bersifat *favorable*. Adapun *blueprint* dari skala PSC yaitu, sebagai berikut:

Tabel 3. *Blueprint* Skala PSC

Aspek	No. Aitem	Jumlah
Pemenuhan diri ( <i>self-fulfillment</i> )	1, 3, 7, 11, 13, 16	6
Kejujuran ( <i>honestly</i> )	4, 8, 18	3
Otonomi ( <i>autonomy</i> )	5, 9, 12, 14	4
Konsep diri emosional ( <i>emotional self-consept</i> )	2, 6, 10, 15, 17	5
Total	18	

Tabel 4. Skor Aitem Skala PSC

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (SS)	1

## 3. Skala Citra Diri

Skala citra diri pada penelitian ini menggunakan alat ukur yang dikonstruksi sendiri oleh peneliti dengan didasarkan pada tiga aspek dari Jersild (1978) yaitu,

fisik (*perceptual component*), psikis (*conceptual component*), dan sosial (*attitudinal component*). Jumlah aitem skala citra diri sebanyak 32 aitem pernyataan dengan 17 aitem *favorable* dan 15 aitem *unfavorable*. Adapun *blueprint* dari skala citra diri yaitu, sebagai berikut:

Tabel 5. *Blueprint* Skala Citra Diri

Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Fisik ( <i>perceptual component</i> )	Penampilan fisik.	1, 7, 13	18, 24, 29	6
	Ekspresi yang diberikan.	2, 8, 14	19, 25	5
	Cara memandang, menerima, dan memahami keadaan serta kelebihan diri sendiri.	3, 9, 15	20, 26, 30	6
Psikis ( <i>conceptual component</i> )	Cara memandang, menerima, dan memahami keadaan serta keterbatasan diri sendiri.	4, 10, 16	21, 27, 31	6
Sosial ( <i>attitudinal component</i> )	Pandangan terhadap penilaian orang lain.	5, 11	22	3
	Berpenampilan untuk menjaga status.	6, 12, 17	23, 28, 32	6
Total		17	15	32

Tabel 6. Skor Aitem Skala Citra Diri

Alternatif Jawaban	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Cukup Setuju (CS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (SS)	1	5



## E. Metode Analisis Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas diartikan sebagai akurasi kejauhan suatu tes atau skala saat melangsungkan aktivitas pengukuran. Menurut Azwar (2022) validitas aitem menjawab apakah fungsi ukur aitem benar sesuai dengan tujuan ukur skala. Aitem adalah valid **ketika** skornya memberikan informasi yang benar mengenai atribut yang diukur oleh skala (Azwar, 2022). Pengujian validitas yang dipakai kemudian akan dilakukan secara empirik dan dikenal secara tradisional yaitu uji validitas isi.

Jenis pengujian validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah perhitungan koefisien validitas isi Aiken' V. Data untuk menghitung koefisien-V adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh panel *judge* atau *rater* sebanyak  $n$  orang terhadap kelayakan atau relevansi. Penilaian dilakukan oleh *Subject Matter Expert* (SME) melalui pemberian angka terendah 1 (tidak didapati kelayakan dan relevansi) berjenjang hingga angka tertinggi 5 (didapati kelayakan dan relevansi) (Azwar, 2022). Perumusan indeks Aiken's V (dalam Azwar, 2022) yaitu, sebagai berikut:

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

Keterangan:

lo : Angka penilaian validitas paling rendah

c : Angka penilaian validitas paling tinggi

r : Rating yang diperoleh dari pihak penilai

s :  $r - lo$

## 2. Analisis Aitem

Validitas aitem yang digunakan yaitu menggunakan seleksi aitem atau daya deskriminasi aitem. Menurut Azwar (2022) seleksi aitem dilakukan untuk memisahkan beberapa aitem dengan kualitas yang mencukupi persyaratan psikometrik dari sejumlah aitem yang masih memerlukan perbaikan atau sudah dapat disingkirkan. Satu dari sekian metode penentuan daya pendiskriminasian aitem yaitu melalui perhitungan koefisien korelasi antar hasil pendistribusian skor aitem total pada skala. Menurut Azwar (2022) koefisien aitem-total yang diindikasikan memuaskan yaitu apabila mampu mencapai angka 0,300, baik pada perhitungan melalui koreksi maupun tidak. Seluruh aitem yang mampu meraih angka koefisien korelasi paling minimum sebesar 0,300, maka daya bedanya terindikasi memuaskan. Apabila terdapat aitem yang belum memenuhi kuantitas yang diharapkan maka dapat dilakukan perimbangan guna meminimalisir tingkat koefisien korelasi menjadi 0,250. Korelasi aitem dihitung dengan menggunakan *coefficient corellation aitem-total* dengan bantuan SPSS versi 25 for windows.

## 3. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2022) pengertian reliabilitas mengacu kepada makna seberapa tinggi kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran reliabilitas merepresentasikan bahwa hasil ukur memiliki sifat konsisten, stabil, dan terpercaya, maksudnya tidak didapati perubahan selain yang dipicu oleh atribut pengukuran (Azwar, 2022).

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach*. Sugiyono (2018) memberi pernyataan bahwa skala diindikasikan *reliable* apabila

nilai *Cronbach's Alpha* melebihi atau selaras dengan 0,6 ( $\geq 0,6$ ). Penggunaan jenis teknik tersebut pada pengujian ini ditujukan untuk mengetahui korelasi antar dua variabel dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25 *for windows*. Rumus koefisien reliabilitas yaitu, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  : Jumlah varian skor pada tiap aitem

$S_t$  : Varian total

K : Jumlah aitem

Instrumen terindikasi reliabel melalui teknik *Cronbach's Alpha* dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan koefisien reliabilitas Guilford menurut Sugiyono (2018), yaitu sebagai berikut:

Tabel 7. Kaidah Reliabilitas Guilford

Koefisien Reliabilitas (R)	Kriteria
$0,90 \leq r < 1,00$	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. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022) teknik penganalisan data merupakan suatu aktivitas yang berlangsung pasca keseluruhan data responden telah terkumpul. Kegiatan pada proses ini meliputi pengelompokan data dengan didasarkan pada variabel dan jenis responden, melakukan tabulasi data dengan didasarkan pada

variabel dari keseluruhan responden, melakukan penyajian data tiap variabel penelitian, melakukan proses hitung guna memberi jawaban atas rumusan permasalahan, dan melakukan proses hitung untuk melakukan pengujian hipotesis yang telah ditentukan.

## 1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2022) hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris, antara lain dengan menggunakan *t-test* untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian, dan *t-test* untuk dua sampel. Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Pada penelitian ini penulis menggunakan bantuan SPSS versi 25 *for windows* dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov karena sampel  $\geq 100$  untuk melihat hasil nilai Sig. Besaran nilai tersebut akan dibandingkan dengan kaidah normalitas. Jika nilai Sig  $> 0,05$  maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Sig  $< 0,05$  maka data tersebut dinyatakan berdistribusi tidak normal (Sugiyono, 2022).

## 2. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2018) uji linearitas memiliki tujuan untuk memahami pola hubungan antar variabel penelitian. Dalam uji linearitas peneliti memahami kualitas korelasi antara variabel konsep diri dengan variabel perilaku konsumtif apakah berlangsung secara linear atau tidak, dan kualitas korelasi antara variabel citra diri dengan variabel perilaku konsumtif apakah berlangsung secara linear atau

tidak. Dilakukannya pengujian linearitas ditujukan untuk memenuhi syarat dalam melakukan analisis korelasi. Dasar yang digunakan suatu data dikatakan linear yaitu dengan memverifikasi tabel anova pada bagian *linearity* atau *deviation from linearity*.

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa *linearity* menggambarkan angka signifikansi tidak lebih dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), maka data terindikasi linear, sedangkan pada *deviation from linearity* suatu data dapat dinyatakan linear apabila mempunyai angka signifikansi di atas 0,05 ( $p > 0,05$ ). Pada penelitian ini penulis melakukan pengujian menggunakan bantuan SPSS versi 25 *for window*.

### 3. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022) penggunaan analisis regresi ditujukan sebagai media memahami bagaimana variabel dependen/kriteria mampu diprediksi melalui variabel independen/prediktor secara individual. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji penganalisisan regresi linear berganda, di mana uji ini mampu memperkirakan kondisi dari variabel dependen (kriterium), apabila variabelnya mengalami manipulasi (Sugiyono, 2022). Adapun rumusnya yaitu, sebagai berikut:

Keterangan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y : Subyek pada variabel dependen yang memperoleh prediksi.

a : Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)

b : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan kenaikan maupun kemerosotan variabel dependen dengan mengacu pada variabel

independen. Bila  $b (+)$  maka terjadi peningkatan, dan bila  $b (-)$  maka berlangsung penurunan.

X : Subyek pada variabel independen memiliki nilai khusus.

Pada penelitian ini uji regresi linear berganda dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 25 *for windows*, di mana penetapan keputusannya didasarkan pada taraf **signifikansi** yang berada di bawah 0,05 ( $p < 0,05$ ) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel penelitian.

#### 4. Uji Tambahan

##### a. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2018) penggunaan uji koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui kuantitas besaran kontribusi keberpengaruhan suatu variabel independen atas variabel dependen yang ditetapkan melalui penggunaan teknik statistik. Penggunaan koefisien determinasi pada penelitian ini ditujukan sebagai media untuk mengetahui kuantitas besaran sumbangan pengaruh variabel konsep diri dan citra diri terhadap variabel perilaku konsumtif kosmetik pada dewasa awal di Karawang. Adapun rumus uji koefisien determinasi, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi

## b. Uji Kategorisasi

Uji kategorisasi bertujuan untuk mengelompokan individu ke dalam posisi berjenjang sesuai dengan variabel yang diukur. Menurut Azwar (2022) dasar pengklasifikasian berpaku pada asumsi jika skor individu pada kelompok menjadi dasar pengestimasi atas skor individu pada populasi hipotetik, di mana keseluruhan mengalami pendistribusian secara normal. Pengklasifikasian pada penelitian mengacu pada kategori jenjang yang dibagi menjadi tinggi, sedang, dan rendah. Adapun rumus penggolongan kategorisasi menurut Azwar (2022) yaitu, sebagai berikut:

Tabel 8. Klasifikasi Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Rumus	Kategorisasi
$X \geq \mu$	Tinggi
$X < \mu$	Rendah

Keterangan:

$\mu$ : Mean

Tabel 9. Klasifikasi Kategorisasi Konsep Diri dan Citra Diri

Rumus	Kategorisasi
$X \geq \mu$	Positif
$X < \mu$	Negatif

Keterangan:

$\mu$ : Mean