

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Dan Desain Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif, menurut Creswell (Ali dkk., 2022) penelitian kuantitatif dapat dimaknai sebagai pendekatan ilmiah yang menggunakan data berupa angka untuk menggali dan menganalisis informasi yang berkaitan dengan fenomena tertentu.. Desain penelitian yang digunakan adalah *cross-sectional design* menurut Gravetter & Forzano (Nugroho & Pudjiati, 2024) *cross-sectional design* adalah pengambilan data yang hanya dilakukan satu kali pada setiap partisipan tanpa pengulangan.

Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mengungkap Dampak Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Berbelanja *Online*.

Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen (X1) : Gaya hidup.
2. Variabel independen (X2): Konsep diri.
3. Variabel dependen (Y) : Perilaku konsumtif.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan secara detail bagaimana suatu variabel atau konsep dalam penelitian diukur dan diamati secara nyata. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

1. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang tanpa didasari pertimbangan yang rasional atau bukan karena kebutuhan. Skala perilaku konsumtif dikonstruksi berdasarkan gabungan dari teori Sumartono (2023) dengan 8 indikator perilaku konsumtif, wawancara mahasiswa psikologi, dan dosen ahli psikologi konsumen.
2. Gaya hidup adalah menggambarkan cara seseorang menjalani hidup, cara ia mengeluarkan uang, dan bagaimana ia membagi waktunya. Skala gaya hidup dikonstruksi berdasarkan aspek-aspek dari Mowen dan Minor (Khirat dkk., 2018) yang aspek-aspeknya kegiatan (*activities*), minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*).
3. Konsep diri adalah referensi tentang bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri, tidak hanya secara fisik dan dari perspektif akademis/profesional dan sosial, tetapi juga dalam lingkup kehidupan yang paling pribadi dan personal. Konsep diri diukur menggunakan skala adaptasi *personal self concept* (PSC) dari Goni., dkk (2011) yang meliputi dimensi pemenuhan diri (*self-fulfilment*), kejujuran (*honesty*), otonomi (*autonomy*), dan konsep diri emosional (*emotional self concept*).

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono (2019) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan penelitian, sehingga

memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulannya. Jumlah populasi pada penelitian ini belum diketahui, populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif berkuliah di Karawang dan pernah melakukan belanja *online*.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih karena memiliki karakteristik tertentu dan dianggap mampu merepresentasikan keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu metode yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2019).

Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Menurut Yanto (2016), *convenience sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan subjek yang paling mudah dijangkau oleh peneliti (*the most accessible subject*), serta bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Adapun jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 204 mahasiswa yang dihitung menggunakan rumus Cohen, dengan karakteristik responden yaitu mahasiswa aktif yang berkuliah di karawang, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, pernah melakukan belanja *online*.

Adapun rumus perhitungan Cohen sebagai berikut:

$$n = L / F^2 + u + 1$$

Gambar 3. 1 Rumus Cohen

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

F^2 = *effect size*

u = banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = fungsi power dari u , di peroleh dari tabel, t.s. 1%

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Azwar (2022), teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian bertujuan untuk memperoleh data empiris yang relevan dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa skala psikologi. Azwar (2022) menjelaskan bahwa skala psikologi terdiri atas serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang dirancang untuk mengungkap suatu atribut secara tidak langsung, melalui indikator perilaku yang merefleksikan atribut tersebut.

Ketiga skala psikologi dalam penelitian ini menggunakan jenis skala pengukuran Likert. Menurut Sugiyono (Satria & Imam 2024), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini digunakan skala psikologi sebagai berikut:

1. Skala gaya hidup

Skala gaya hidup pada penelitian ini menggunakan aspek-aspek gaya hidup menurut Mowen dan Minor (Khairat dkk., 2018) yaitu

kegiatan (*activities*), minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*). Skala pengukuran menggunakan empat pilihan, yaitu: STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2, S (Setuju) dengan skor 3, dan SS (Sangat Setuju) dengan skor 4. Oleh karena itu setiap tingkat jawaban diberi skor 1 sampai 4. Adapun *blueprint* skala gaya hidup sebagai berikut:

Tabel 3. 1 *Blueprint* Skala Gaya Hidup

NO	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favo	Unfavo	
1	Kegiatan	Meminta kepada konsumen untuk mengindikasikan apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka	1, 2, 3	4	4
2	Minat	Memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen	5, 6, 7	8	4
3	Pendapat	Menyelidiki pandangan dan perasaan konsumen mengenai topik-topik peristiwa dunia, lokal, moral, ekonomi, dan sosial	9, 10, 11	12	4
Total					12

2. Skala konsep diri

Skala konsep diri pada penelitian ini menggunakan skala *personal self concept* (PSC) dari Goni., dkk (2011) yang meliputi empat dimensi yaitu pemenuhan diri (*self-fulfilment*), kejujuran (*honesty*), otonomi

(*autonomy*), dan konsep diri emosional (*emotional self concept*). Skala pengukuran menggunakan lima pilihan, yaitu: STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2, N (Netral) dengan skor 3, S (Setuju) dengan skor 4, dan SS (Sangat Setuju) dengan skor 5. Oleh karena itu setiap tingkat jawaban diberi skor 1 sampai 5.

Berikut adalah *blueprint* skala *personal self concept* (PSC):

Tabel 3. 2 *Blueprint* Skala Konsep Diri

NO	Dimensi	Aitem		Jumlah
		F	U	
1	Pemenuhan diri (<i>Self fullfilment</i>)	1, 3, 11, 16	7, 13	6
2	Kejujuran (<i>honesty</i>)	4, 8, 18		4
3	Otonomi (<i>autonomy</i>)		5, 9, 12, 14	4
4	Konsep diri emosional (<i>emotional self concept</i>)	15	2, 6, 17	4
Total				18

3. Skala perilaku konsumtif

Skala perilaku konsumtif pada penelitian ini dikonstruksi berdasarkan gabungan dari teori Sumartono (2023), wawancara mahasiswa psikologi, dan dosen ahli psikologi konsumen untuk dilakukannya uji *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Skala pengukuran menggunakan empat pilihan, yaitu: STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1, TS

(Tidak Setuju) dengan skor 2, S (Setuju) dengan skor 3, dan SS (Sangat Setuju) dengan skor 4. Oleh karena itu setiap tingkat jawaban diberi skor 1 sampai 4. Adapun *blueprint* skala perilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 3. 3 *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

NO	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	U	
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1	2	1
2	Membeli produk karena kemasannya menarik	3	4	2
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	5	6	1
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).	7	8	2
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	9	10	2
6	Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.	11	12	2
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	13	14	2
8	Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda)	15	16	2
9	Membeli barang tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan	17	18	2
10	Membeli barang karena kesenangan pribadi	19	20	2
11	Pemborosan dalam pembelian barang	21	22	1
Total				22

E. Metode Analisis Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sugiharto dan Sitinjak (Sanaky dkk, 2021) validitas berhubungan dengan suatu perubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas seperti yang dijelaskan oleh Azwar (2018) adalah proses mengevaluasi sejauh mana setiap pertanyaan dalam kuesioner relevan dengan tujuannya, dan juga menilai apakah isi keseluruhan kuesioner mencakup secara komprehensif domain informasi yang ingin diselidiki. Cara menguji kevalidan ini peneliti menggunakan *IBM SPSS Statistic 26*

a. Uji Keterbacaan

Azwar (2022) menyatakan bahwa uji keterbacaan bertujuan untuk memastikan bahwa kalimat-kalimat yang digunakan dapat dipahami oleh responden sesuai dengan maksud penulis aitem. Langkah ini penting karena kesalahan pemahaman responden terhadap aitem dapat menghasilkan respons yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Subjek uji keterbacaan sebaiknya merupakan sampel yang memiliki karakteristik yang mirip dengan subjek pengukuran sebenarnya. Ukuran sampel untuk uji keterbacaan tidak perlu besar, cukup melibatkan sekitar 30 responden.

Dalam pelaksanaannya, responden diminta membaca aitem-aitem pada skala dan memberikan masukan jika ada kalimat yang kurang dipahami atau kata-kata yang tidak dimengerti. Temuan selama uji keterbacaan dapat berupa hal-hal kecil, seperti kata-kata yang kurang dikenal oleh responden. Perbaikan yang dilakukan bisa mencakup penggantian kata hingga penyesuaian struktur kalimat.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji coba keterbacaan dari aitem skala gaya hidup yang disusun berdasarkan aspek-aspek gaya hidup menurut Mowen & Minor (Khirat dkk., 2018), skala konsep diri dari Goni, dkk (2011) yaitu *personal self-concept* (PSC), dan skala perilaku konsumtif diukur menggunakan indikator Sumartono (2023) dan 3 faktor perilaku konsumtif yang dihasilkan melalui wawancara kepada dosen ahli dibidang Psikologi Konsumen dan mahasiswa Psikologi. Uji keterbacaan bertujuan untuk mengetahui apakah pernyataan dapat dipahami atau tidak oleh partisipan.

b. Expert Judgement

Azwar (2018) menyatakan bahwa *expert judgement* merupakan proses evaluasi terhadap kesesuaian suatu aitem dengan tujuan pengukuran skala. Penilaian ini tidak hanya bergantung pada pendapat penyusun aitem, tetapi juga memerlukan masukan dari para ahli yang kompeten di bidangnya. Meskipun demikian, tidak

diperlukan kesepakatan penuh (100%) dari seluruh penilai untuk menyatakan sebuah aitem relevan, suatu aitem dapat dianggap valid secara isi apabila mayoritas penilai menyatakan bahwa aitem tersebut sesuai dengan tujuan pengukuran.

Expert judgement pada penelitian ini diukur menggunakan *Aiken's V*, menurut Azwar (2018) *Aiken's V* digunakan untuk menghitung koefisien validitas isi, yaitu sejauh mana suatu item dianggap mewakili konstruk yang diukur berdasarkan penilaian ahli. Penilaian dilakukan dengan memberikan skor pada setiap item pada skala 1 (sangat tidak relevan) hingga 5 (sangat relevan). Berikut adalah rumus *Aiken's V* menurut Azwar (2018):

$$= \sum S / [n(c - 1)]$$

Gambar 3. 2 Rumus *Aiken's V*

Keterangan:

- 1o : angka penilaian validitas yang terendah (dalam hal ini = 1)
- c : angka penilaian validitas yang tertinggi (dalam hal ini = 5)
- r : angka yang diberikan oleh seorang penilai
- s : r - 1o

2. Uji Analisis Aitem

Uji Analisis Aitem adalah proses untuk menentukan apakah setiap aitem dalam instrumen penelitian dapat digunakan untuk mengukur

dengan baik atau tidak. Menurut Periantalo (2016) uji coba item adalah serangkaian item yang telah dibuat perlu diuji berdasarkan data empiris di lapangan untuk melihat kualitas item. Item tersebut harus diuji pada sekelompok subjek yang setara dengan kelompok target penelitian. Hasil uji coba item ini akan digunakan untuk analisis berikutnya atau daya beda.

Analisis aitem menggunakan *corrected item total correlation*, menurut Slamet dan Wahyuningsih (2022), metode ini pada dasarnya mirip dengan metode *product moment*, namun dirancang untuk mengurangi efek *spurious overlaps*. Oleh karena itu, banyak yang menganggap metode ini lebih akurat dalam mengukur validitas. Pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,03 menggunakan IBM SPSS Statistic 26. Sedangkan untuk mengukur validitas skala perilaku konsumtif menggunakan *factor loading*.

3. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiharto dan Situnjak (Sanaky dkk., 2021), reliabilitas merujuk pada sejauh mana suatu instrumen mampu memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur suatu konstruk. Dalam penelitian ini reliabilitas alat ukur diuji menggunakan metode alpha cronbach's melalui IBM SPSS Statistic 26..

Alat ukur dikatakan reliabel dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* dengan dasar pengambilan keputusan yang digunakan acuan tabel *Guilford* sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Reliabilitas *Guilford*

Besarnya Nilai r	Interpretasi
$0,00 \leq r < 0,20$	Sangat rendah
$0,20 \leq r < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r < 0,60$	Sedang
$0,60 \leq r < 0,80$	Tinggi
$0,80 \leq r < 1,00$	Sangat Tinggi

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Ghozali (Nurcahyo, 2018) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah data dalam penelitian berdistribusi secara normal. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov pada taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$, uji normalitas pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistic 26. Dengan hasil taraf signifikansi sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Linearitas

Menurut Lauvira (Putra dkk., 2022) uji linearitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan yang bersifat linier antara variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu model penelitian. Proses pengujian dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS Statistics 26. Suatu hubungan dinyatakan linier apabila nilai signifikansi yang dihasilkan berada di bawah 0,05.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda. Menurut Sugiyono (2019) regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas. Model ini digunakan untuk menguji sejauh mana variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, keputusan pengujian didasarkan pada nilai signifikansi, di mana H_a diterima apabila nilai signifikansi $< 0,05$, dan ditolak jika $> 0,05$. Mengingat terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini, maka analisis dilakukan melalui uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t). Uji regresi linear berganda dilakukan dengan *IBM SPSS Statistic 26* atas dasar pengambilan keputusan.

a. Uji Simultan (F)

Menurut Sugiyono (2021), uji simultan (uji F) untuk menilai apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model penelitian.

b. Uji Parsial (T)

Menurut Sugiyono (2021) Uji parsial (uji T) bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dalam model yang telah ditetapkan.

G. Teknik Analisis Data Tambahan

1. Koefisiensi Determinasi

Menurut Sugiyono (2021) koefisiensi determinasi digunakan mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model, yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Adapun rumus koefisien deterinasi:

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

Gambar 3. 3 Rumus Koefisiensi Determinasi

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi

2. Kategorisasi

Kategorisasi menurut Azwar (2018) kategorisasi merupakan proses pengelompokan individu ke dalam beberapa tingkatan berdasarkan suatu kontinum yang dibentuk dari atribut yang diukur. Kontinum ini dapat berupa rentang dari rendah ke tinggi, dari sangat buruk hingga sangat baik, atau dari sangat tidak puas hingga sangat puas. Umumnya, jumlah kategori yang digunakan dalam proses diagnosis berkisar antara tiga hingga lima tingkatan.

Karena proses kategorisasi bersifat relatif, maka rentang interval untuk setiap kategori dapat ditentukan secara subjektif, selama penetapan tersebut masih berada dalam batas kewajaran dan dapat

diterima secara logis (*common sense*). Pada klasifikasi kategorisasi perilaku konsumtif dibagi menjadi dua yaitu tinggi dan rendah, sedangkan pada kategorisasi gaya hidup dan konsep diri dibagi menjadi dua yaitu positif dan negatif, dengan rumus pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 5 Rumus Kategorisasi perilaku konsumtif

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X > \mu$
Rendah	$X < \mu$

Tabel 3. 6 Rumus Kategorisasi gaya hidup dan konsep diri

Kategori	Kriteria
Positif	$X > \mu$
Negatif	$X < \mu$

KARAWANG