

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Metode dan Desain Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2016) mengungkapkan empat kata kunci yang harus diperhatikan diantaranya, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Desain dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016).

3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk semua hal yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut lalu ditarik kesimpulan. Hatch dan Farhady (dalam Sugiyono, 2016) mengungkapkan bahwa secara teoritis variabel adalah atribut pada subjek yang memiliki variasi antara subjek satu dengan yang lainnya atau suatu objek dengan objek lainnya.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas dan terikat. Menurut Sugiyono (2016) variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat

(*dependent*), sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah gaya hidup hedonis (X_1) dan citra merek (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif (Y). Adapun definisi dari variabel-variabel tersebut sebagai berikut :

3.2.1. Variabel Bebas

1) Gaya Hidup Hedonis (X_1)

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang dilakukan oleh individu yang cenderung mencari kesenangan dalam hidupnya, hal ini dapat dilihat dari beberapa pola hidup yang sering terjadi pada individu yang menghamburkan banyak uang, lebih senang bermain diluar rumah, berkumpul bersama teman di mall dan tempat hiburan lainnya yang sedang *trend*. Gaya hidup hedonis diukur melalui aspek-aspek gaya hidup hedonis menurut Wells dan Tigert (dalam Wibawanto, 2016) diantaranya yaitu aktivitas, minat, dan opini.

2) Citra Merek (X_2)

Citra merek adalah suatu gagasan, ide, atau keyakinan yang ada pada suatu produk, suatu merek akan berpengaruh pada kepercayaan konsumen dalam membeli suatu barang. Citra merek diukur melalui 3 dimensi citra merek menurut Shimp (dalam Bastian, 2014) yaitu atribut, manfaat, dan evaluasi keseluruhan.

3.2.2. Variabel Terikat

1) Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku mengkonsumsi barang secara berlebihan yang cenderung untuk memuaskan keinginan pribadi bukan atas dasar kebutuhan. Perilaku konsumtif diukur melalui 3 aspek menurut Lina dan Rosyid (dalam Haryani & Herwanto, 2015) diantaranya adalah pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*).

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini penulis akan melakukan penelitian pada siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang dengan jumlah siswa-siswi 303 orang.

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan tabel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% didapatkan ukuran sampel berjumlah 161 orang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel penelitian dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini dipilih karena tidak semua sampel dalam

populasi memenuhi kriteria pada fenomena yang akan diteliti. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah :

- 1) Siswa-siswi kelas XII SMAN 1 Telukjambe Karawang
- 2) Membawa kendaraan pribadi ke sekolah
- 3) Menggunakan barang (hp, tas, sepatu, dll) bermerek

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) sebagai alat pengumpul data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari jawaban responden (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Azwar (2018) skala *likert* adalah skala yang menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Sesuai dengan skala yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini, skala yang disusun peneliti terdiri dari item *favorable* dan *unfavorable* yang memiliki lima alternatif jawaban.

Tabel 3.4

Alternatif Jawaban Item

Alternatif Jawaban	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat setuju	5	1
Setuju	4	2
Cukup setuju	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

Pada penelitian ini responden akan diberikan tiga macam skala yaitu skala gaya hidup hedonis, skala citra merek, dan skala perilaku konsumtif. Penyebaran skala pada penelitian ini selain penyebaran langsung kepada subjek, skala ini juga disebar dengan bantuan media *google form*.

3.4.1. Skala Gaya Hidup Hedonis

Skala ini menggunakan teori aspek gaya hidup hedonis yang dikembangkan oleh Wells dan Tigert (dalam Wibawanto, 2016) yaitu aktivitas, minat, dan opini. Skala ini terdiri dari 13 item *favorable* dan 13 item *unfavorable*.

Tabel 3.4.1

Blueprint Skala Gaya Hidup Hedonis

No	Aspek	Indikator	F	UF	Jumlah
1	Aktivitas	Kegiatan & Barang yang dibeli individu	1, 12, 12, 23	7, 17, 28, 26	8
2	Minat	Dorongan dari dalam	3, 14, 24	8, 13, 25	6
		Motif Sosial	4, 15	9, 20	4
3	Opini	Pengalaman	5, 16	10, 21	4
		Sosial	6, 17	11, 22	4
Total					26

3.4.2. Skala Citra Merek

Skala ini menggunakan teori dimensi citra merek yang dikembangkan oleh Shimp (dalam Bastian, 2014) yaitu atribut, manfaat, dan evaluasi keseluruhan. Skala ini terdiri dari 12 item *favorable* dan 11 item *unfavorable*.

Tabel 3.4.2

Blueprint Skala Citra Merek

No	Dimensi	Indikator	F	UF	Jumlah
1	Atribut	Yang berkorelasi dengan produk	1, 7	4, 10	4
		Yang tidak berkorelasi dengan produk	13, 19	16, 22	4
2	Manfaat	Fungsi	2, 8	5, 11	4
		Simbolis	14, 20	17	3
		Pengalaman	3, 9	6, 12	4
3	Evaluasi Keseluruhan	Hasil	15, 21	18, 23	4
Total					23

3.4.3. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini menggunakan teori aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikembangkan oleh Lina & Rosyid (dalam Haryani & Herwanto, 2015) yang terdiri dari 14 item *favorable* dan 14 item *unfavorable*.

Tabel 3.4.3

Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	F	UF	Jumlah
1.	Pembelian Implusif (<i>impulsive buying</i>)	Keinginan Sesaat & Tanpa pertimbangan	1, 7, 13, 19	4, 10, 16, 28	8
2.	Pemborosan (<i>wasteful buying</i>)	Boros & Mengikuti <i>trend</i>	2, 8, 14, 20, 25, 26	5, 11, 17, 18, 22, 33	12
3.	Mencari Kesenangan (<i>non rasional buying</i>)	Mencari kesenangan & Mencari kepuasan	3, 9, 15, 21	6, 12, 24, 27	8
Total					28

3.5. Metode Analisis Instrumen

3.5.1. Validitas

Validitas adalah kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya. Instrumen yang valid berarti alat ukur tersebut telah mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini instrumen penelitian melewati proses validitas isi dan uji analisis item.

a. Validitas Isi

Validitas isi adalah hasil analisis kelayakan isi item dari indikator setiap variabel yang akan diukur (Azwar, 2018). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio validitas isi Lawshe's CVR (*content validity ratio*),

Azwar (2018) menyatakan bahwa CVR dapat mengukur validitas item-item berdasarkan data empirik. Dalam pelaksanaannya, beberapa orang yang dianggap ahli dan disebut sebagai *Subject Matter Experts* (SME) diminta untuk menilai dan menyatakan apakah item memiliki sifat esensial bagi operasionalisasi konstruk teoritik skala penelitian dengan menggunakan lima tingkatan skala mulai dari 1 (sama sekali tidak esensial) sampai dengan 5 (sangat esensial).

b. Uji Diskriminasi Item

Uji diskriminasi item digunakan untuk mengidentifikasi item-item yang memiliki daya ukur dan daya diskriminasi sehingga dapat terbukti bahwa alat ukur tersebut dapat digunakan atau tidak (Azwar, 2018). Langkah yang dilakukan untuk mengukur valid atau tidak item adalah dengan koefisien validitas dengan menggunakan korelasi *pearson product moment* menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0 atau dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = r hitung

X = skor-skor pada item

Y = jumlah skor yang diperoleh tiap responden

N = banyak responden

Menurut Supandi (dalam Azwar, 2018) menyatakan bahwa uji validitas dengan derajat kebebasan $\alpha = 0,05$. Apabila $r_{ix} > 0,30$ maka item dianggap valid. Namun apabila $r_{ix} < 0,30$ maka instrumen dianggap tidak valid atau item harus dibuang dan tidak dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

3.5.2. Reliabilitas

Sugiyono (2016) mengungkapkan bahwa reliabel adalah suatu alat ukur yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas suatu alat ukur menggunakan formula *Alpha Cronbach* atau sering disebut koefisien alfa (*coefficient alpha*) menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0 atau dengan rumus :

$$r = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(\frac{S^2 - \sum S_i^2}{S^2} \right)$$

Ket :

r : koefisien reliabilitas S^2 : Varians skor tes total
N : jumlah item pada tes S_i^2 : Varians item individual

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Normalitas

Sugiyono (2016) mengungkapkan bahwa uji normalitas adalah suatu bentuk penggunaan statistik pada penelitian yang berfungsi untuk menganalisa suatu data dengan asumsi setiap variabel berdistribusi normal. Pada penelitian ini penulis akan menganalisis setiap variabel untuk mengetahui apakah data yang sudah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak, suatu data bisa dikatakan berdistribusi normal jika data yang didapatkan rata-rata jumlahnya sama. Pengujian normalitas ini akan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0, jika nilai $p < 0,05$ berarti distribusi data tidak normal dan jika nilai $p > 0,05$ maka distribusi data normal.

3.6.2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji apakah keterkaitan variabel secara linear atau tidak (Sugiyono, 2016). Jika nilai *deviation from linearity Sig.* $> 0,05$ maka data dapat dikatakan linear, sedangkan jika nilai *deviation from linearity Sig.* $< 0,05$ maka data tidak linear. Penghitungan uji linearitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0.

3.6.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0.

1) Uji korelasi sederhana

Kaplan (2009) menyatakan bahwa koefisien korelasi adalah suatu indeks matematis yang menggambarkan suatu korelasi pada variabel, setiap subjek penelitian menguji variabel satu dengan variabel lainnya agar dapat menghasilkan nilai korelasinya. Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan teknik korelasi *pearson product moment*.

2) Uji korelasi ganda

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan korelasi antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan, penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi.

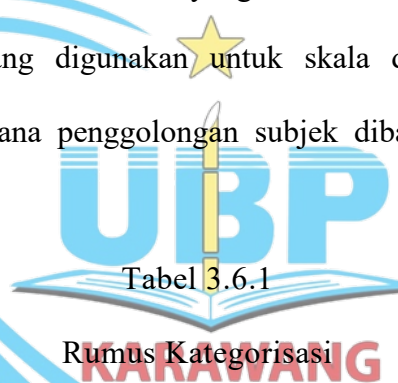
3.6.4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah teknik pengukuran untuk mengetahui seberapa jauh variabel lain dalam menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi (Kaplan, 2009).

Pada penelitian ini uji koefisien determinasi akan dihitung menggunakan bantuan *Software SPSS* versi 24.0.

3.6.5. Uji Kategorisasi

Menurut Azwar (2018) kategorisasi berdasar distribusi normal ini didasari oleh asumsi bahwa skor individu dalam kelompoknya merupakan estimasi terhadap skor individu dalam populasi dan asumsi bahwa skor individu dalam populasinya terdistribusi secara normal. Dengan demikian kita dapat membuat batasan kategori skor teoritik yang terdistribusi menurut model normal standar. Kategori yang digunakan untuk skala distribusi normal adalah kategorisasi jenjang dimana penggolongan subjek dibagi ke dalam 3 kategori diagnosis yaitu :



Tabel 3.6.1

Rumus Kategorisasi

Kategori	Rumus
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$
Sedang	$(\mu + 1\sigma) > X > (\mu - 1\sigma)$
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$