

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu metode yang menekankan analisis pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2009 h.5) data berupa angka tersebut berasal dari pengukuran dengan menggunakan skala terhadap variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. Hasan (2002, h. 126-127) analisis komparasi atau perbandingan adalah prosedur statistik guna menguji perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Uji ini bergantung pada jenis data (nominal, ordinal, interval/rasio) dan kelompok sampel yang diuji. Komparasi antara dua sampel yang saling lepas (independen) yaitu sampel-sampel tersebut satu sama lain terpisah secara tegas dimana anggota sampel yang satu tidak menjadi anggota sampel lainnya. Arikunto (2010, h. 236) mengatakan bahwa dalam penelitian komparasi dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, prosedur kerja, ide-ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau prosedur kerja. Dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan-perubahan pandangan orang, grup atau negara, terhadap kasus, terhadap orang, peristiwa atau terhadap ide-ide.

## B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Dependent : Perilaku Belanja *Online* Produk *Fashion*
2. Variabel Independent : Gaya Hidup

## C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

### 1. Perilaku Belanja *Online* Produk *Fashion*

Dalam penelitian ini variabel dependen adalah perilaku belanja *online* produk *fashion*. Perilaku belanja *online* produk *fashion* adalah tindakan atau aktivitas untuk membeli barang seperti pakaian, sepatu, jam tangan, kacamata, tas dll dengan cara mengolah jaringan secara *online*. Perilaku belanja *online* produk *fashion* diukur dengan skala perilaku disusun berdasarkan dimensi perilaku yaitu frekuensi, durasi, intensi, dan latensi.

Semakin tinggi skor yang diperoleh subyek berarti perilaku belanja *online* produk *fashion* pada diri subyek semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh oleh subyek maka perilaku belanja *online* produk *fashion* yang dimiliki subyek juga semakin rendah.

## 2. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat seseorang di dunia. Gaya hidup diukur menggunakan skala yang terdiri dari 3 aspek yaitu *outer directed*, *inner directed*, *need driven*. *Outer directed* merupakan gaya hidup konsumen yang jika dalam membeli suatu produk harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma tradisional yang telah terbentuk, dan dipengaruhi oleh bagaimana pandangan dan pikiran orang lain atas pembelian itu. *Inner directed* adalah konsumen yang membeli produk untuk memenuhi keinginan dari dalam dirinya untuk memiliki sesuatu, dan tidak memikirkan norma-norma budaya yang berkembang. *Need driven* adalah kelompok konsumen yang membeli sesuatu didasarkan atas kebutuhan dan tidak mempertimbangkan berbagai pilihan yang tersedia. Dalam analisis nantinya akan mengungkap klasifikasi gaya hidup *actualizers*, *experiences*, *achievers* berdasarkan aspek gaya hidupnya.

## D. Subyek Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subyek penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 2010, h.173-174). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, perempuan berusia 17-21 tahun, dan yang melakukan belanja *online*.

## 2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling* (pengambilan sampel secara kebetulan), yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan secara kebetulan dimana subyek sesuai dengan ciri – ciri yang ditetapkan peneliti. Alasan menggunakan teknik *incidental sampling* karena mahasiswi di Unika Soegijapranata yang berusia 17-21 tahun mudah ditemui karena sedang dalam masa perkuliahan.

### E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian merupakan metode cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Metode Skala. Arikunto (2010, h.105-106) mengatakan bahwa skala menunjuk pada sebuah instrument pengumpul data yang bentuknya seperti daftar cocok tetapi alternatif yang disediakan merupakan sesuatu yang berjenjang. Skala banyak digunakan untuk mengukur aspek-aspek kepribadian atau aspek kejiwaan yang lain. Azwar (2010, h. 4) mendefinisikan skala sebagai suatu instrument untuk mengukur aktivitas yang merupakan manifestasi dari tingkah laku tersebut yang digambarkan sebagai himpunan lambang simbol atau angka.

Ada dua skala yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala perilaku belanja *online* produk *fashion* dan skala gaya hidup. Berikut penjelasan dari skala yang akan digunakan dalam penelitian ini.

## 1. Skala Perilaku Belanja *Online* Produk *Fashion*

Skala ini digunakan untuk mengukur perilaku belanja *online* produk *fashion* yang disusun berdasarkan dimensi dari perilaku yaitu frekuensi, durasi, intensi dan latensi. Pada skala ini dimensi-dimensi tersebut akan disusun menjadi 24 item.

Skala yang akan disajikan tersebut dibedakan menjadi kelompok item (pernyataan), yaitu item *favorable* dan item *unfavorable*. Azwar (2010, h.26) mengatakan bahwa item *favorable* adalah item yang isinya mendukung, memihak atau menunjukkan ciri adanya atribut yang diukur, sedangkan item yang *unfavorable* adalah item yang isinya tidak mendukung atau tidak menggambarkan ciri atribut yang diukur.

Setiap item pernyataan disediakan lima alternatif jawaban. Setiap alternatif jawaban tergantung dengan pernyataan yang diajukan dan sudah tertera di kertas angket. Contoh :

“Saya membuka situs *online* shop”

Alternatif jawaban :

Skor 1 : tidak pernah

Skor 2 : 1 kali dalam 1 bulan

Skor 3 : 1 kali dalam 2 minggu

Skor 4 : 1 kali dalam 1 minggu

Skor 5 : setiap hari

Dari kelima pilihan jawaban yang ada, subyek penelitian diminta memilih salah satu. Semakin tinggi skor yang diperoleh subyek berarti perilaku belanja *online* produk *fashion* pada diri subyek

semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh oleh subyek maka perilaku belanja *online* produk *fashion* yang dimiliki subyek juga semakin rendah.

Berikut adalah tabel *blue print* sebaran item perilaku belanja *online* produk *fashion*.

**Tabel 1**  
***Blue Print* Skala Perilaku Belanja *Online* Produk *Fashion***

Dimensi	Jumlah Item		Total
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Frekuensi	3	3	6
Durasi	3	3	6
Intensi	3	3	6
Latensi	3	3	6
<b>Jumlah</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>24</b>

## 2. Skala Gaya Hidup

Skala ini digunakan untuk mengungkap klasifikasi gaya hidup yaitu *actualizers*, *experiences*, *achievers* berdasarkan aspek gaya hidup yang disusun berdasarkan aspek gaya hidup yaitu *outer directed*, *inner directed*, *need driven*. Pada skala ini aspek-aspek tersebut akan disusun menjadi 18 item tiap klasifikasi.

Skala yang akan disajikan tersebut dibedakan menjadi kelompok item (pernyataan), yaitu item *favorable*. Subyek diberikan lima alternatif jawaban yang menggambarkan dirinya. Alternatif jawaban yang disediakan dari setiap item adalah sangat tidak sesuai, tidak sesuai, netral, sesuai dan sangat sesuai.

Penilaian dari setiap item untuk pernyataan yang *favorable*:

Skor 1 = STS (Sangat Tidak Sesuai)

Skor 2 = TS (Tidak Sesuai)

Skor 3 = N (Netral)

Skor 4 = S (Sesuai)

Skor 5 = SS (Sangat Sesuai)

**Tabel 2**  
**Blue Print Skala Gaya Hidup**

Aspek	Klasifikasi			Total
	<i>Actulizers</i>	<i>Experiences</i>	<i>Achievers</i>	Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Favorable</i>	<i>Favorable</i>	
<i>outer directed</i>	6	6	6	18
<i>inner directed</i>	6	6	6	18
<i>need driven</i>	6	6	6	18
<b>Jumlah</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>54</b>

## F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Narbuko dan Ahmadi (2007, h.146) mengungkapkan pengumpulan data dalam penelitian ilmiah bermaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat selain itu juga dibutuhkan adanya pengukuran yang reliabel (dapat dipercaya) dan valid (sahih). Hal ini dimaksudkan agar alat ukur tersebut bisa menjadi suatu alat ukur yang relevan dengan keadaan sesungguhnya yang sedang diteliti.

### 1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai

dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2000 h. 5).

Validitas dilakukan dalam upaya menghindari *overestimate* (angka korelasi yang kelebihan bobot), rumus korelasi tersebut perlu dikoreksi dengan menggunakan teknik korelasi *part whole* yang nantinya akan menggunakan alat bantu komputer dengan bantuan program *Statistical Packages for Social Science (SPSS) Release 20.0*.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah (Azwar, 2000 h. 4).

Pada penelitian ini, nantinya reliabilitas pada alat tes akan diuji menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, dengan pertimbangan penghitungan dengan menggunakan teknik ini dapat memberikan harga yang kecil atau sama besar dengan reliabilitas sebenarnya.



Penghitungannya dilakukan dengan program komputer *Statistical Packages for Social Science (SPSS) Release 20.0*.

### **G. Metode Analisis Data**

Setelah semua data terkumpul, berikutnya dilakukan analisis kepada data yang terkumpul dengan menyesuaikan tujuan dari riset yang dilakukan. Tujuan dilakukan analisis data ini menurut Wasito (1995, h.88) adalah menyederhanakan hasil data yang didapat sehingga memudahkan orang lain untuk mengerti hasil dari penelitian tersebut.

Analisis data dalam penelitian ini nantinya akan menggunakan metode *one way ANOVA (Analysis of Variance)* atau biasa disebut dengan *ANAVA* satu jalur, yaitu analisis varian satu jalur terhadap variabel tergantung yang kuantitatif dari satu variabel bebas yang kategorik. Penghitungan *ANOVA* akan menggunakan alat bantu komputer dengan menggunakan program *Statistical Packages for Social Science (SPSS)*.