

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN**

#### **A. Orientasi Kancah Penelitian**

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian adalah menentukan dan memahami lokasi penelitian, menentukan subjek penelitian dan mempersiapkan segala sarana yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Cakupan penelitian ini ditentukan melalui observasi peneliti yang didasarkan oleh ciri-ciri subjek pada penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya hubungan positif maupun negatif antara *self esteem* pada pramugari dengan perilaku *impulse buying*. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian pada Pramugari “x”.

Maskapai Penerbangan “x” mulai beroperasi pada 28 Desember 1949 dengan slogan *The Airline of Indonesia*. Populasi Pramugari dan Pramugara Maskapai Penerbangan “x” sulit untuk dihitung dikarenakan oleh perekrutan pramugari dan pramugara yang dilakukan rutin satu bulan sekali, paling lama dua bulan sekali. Pada penelitian ini penulis hanya mengambil subjek dari kru Pramugari dengan rentang usia 20 tahun - 30 tahun dan memiliki kisaran gaji 10 juta – 15 juta.

Beberapa pertimbangan yang mendasari peneliti memilih Pramugari “x” yaitu sebagai berikut :

1. Total penghasilan Pramugari “x” lebih tinggi dibandingkan dengan Maskapai Penerbangan lain yang ada di Indonesia

2. Gaya hidup Pramugari cenderung glamor yang berorientasi pada kesenangan.

## B. Uji Coba Alat Ukur

### 1. Penyusunan Alat Ukur

Pada penelitian ini penulis menggunakan alat ukur berupa Skala *Impulse Buying* dan Skala *Self Esteem*. Skala *Impulse Buying* ditujukan untuk mengukur perilaku *impulse buying* seorang Pramugari yang disusun berdasarkan empat aspek yaitu spontanitas; kekuatan, kompulsi, dan intensitas; kegairahan dan stimulasi; serta ketidakpedulian akan akibat. Skala tersebut direncanakan terdiri atas 18 item dengan sebaran nomor item sebagai berikut :

Tabel 3  
Distribusi Sebaran Item Skala *Impulse Buying*

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favouorable</i>	<i>Unfavouorable</i>	
Spontanitas	1,2,3,4,5	8	6
Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	6,7	-	2
Kegairahan dan stimulasi	9,10,11,12	18	5
Ketidakpedulian akan akibat	13,14,15	16,17	5
Jumlah	14	4	18

Sedangkan skala *self esteem* direncanakan terdiri atas 16 item dengan sebaran nomor item sebagai berikut :

Tabel 4

Distribusi Sebaran Item Skala *Self Esteem*

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favouorable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Global self esteem</i>	19,20,21	22,23,24	6
<i>Self evaluation</i>	25,26,27	28	4
<i>Emotion</i>	29,31,32	30,33,34	6
Jumlah	9	7	16

Skala *Self esteem* digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya *self esteem* dan disusun menggunakan tiga aspek *self eesteem*, yaitu *global self esteem*, *self evaluation*, *emotion*. Skala tersebut berisi pernyataan yang memiliki 4 alternatif jawaban, yaitu SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Skoring pada item skala *self esteem* memiliki skor terendah 1 dan skor tertinggi 4. Pada item yang bersifat *favourable*, jawaban SS mendapat skor 4, S mendapat skor 3, TS mendapat skor 2 dan STS mendapat skor 1. Hal ini berlaku sebaliknya pada item yang bersifat *unfavourable*, jawaban SS mendapat skor 1, S mendapat skor 2, TS mendapat skor 3, dan STS mendapat skor 4.

## 2. Hasil Analisis Uji Coba Alat Ukur

## a. Uji Validitas Alat Ukur

Hasil pengujian validitas alat ukur skala perilaku *impulse buying* berisi 18 item yang diberikan pada 40 subjek kemudian diperoleh sebanyak 17 item yang valid. Koefisien *corrected item-total correlation* pada skala perilaku *impulse buying* diperoleh

hasil berkisar antara 0,382 hingga 0,767. Berikut tabulasi item valid dan item gugur pada skala perilaku *impulse buying* :

Tabel 5

Sebaran item valid dan item gugur skala *impulse buying*

Aspek	Item		Jumlah Item Valid
	<i>Favuable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Spontanitas	1,2,3,4,5	8	6
Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	6,7	-	2
Kegairahan dan stimulasi	9,10,11,12	18	5
Ketidakpedulian akan akibat	13,14,15	(16),17	4
Jumlah Item Valid	14	3	17

Keterangan :

Dalam tanda ( ) : item gugur

Pengujian validitas alat ukur skala *self esteem* yang berisi 16 item diberikan pada 40 subjek kemudian diperoleh sebanyak 12 item yang valid. Koefisien *corrected item-total correlation* pada skala perilaku *self esteem* diperoleh hasil berkisar antara 0,394 hingga 0,750. Berikut tabulasi item valid dan item gugur pada skala *self esteem* :

Tabel 6

Sebaran item valid dan item gugur skala *self esteem*

Aspek	Item		Jumlah Item Valid
	<i>Favouorable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Global self esteem</i>	19,20,21	22,23,24	6
<i>Self evaluation</i>	25,26,27	28	4
<i>Emotion</i>	(29),(31),(32)	30,33,(34)	2
Jumlah Item Valid	6	6	12

Keterangan :

Dalam tanda ( ) : item gugur

#### b. Uji Reliabilitas Alat Ukur

Hasil perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Pada skala perilaku *impulse buying* diperoleh hasil perhitungan reliabilitas sebesar 0,887. Pada skala *self esteem* diperoleh hasil perhitungan sebesar 0,899. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran C.

### C. Pelaksanaan Penelitian

#### 1. Permohonan Ijin Penelitian

Peneliti terlebih dahulu mengajukan permohonan ijin penelitian setelah melakukan penyusunan alat ukur yang telah disetujui oleh dosen pembimbing. Surat permohonan ijin penelitian ditujukan langsung kepada responden dengan menggunakan *informed consent*.

## 2. Metode Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Anggota sampel dalam metode ini ditentukan dengan memilih responden terdekat yang dijumpai oleh peneliti dan sesuai dengan ciri-ciri populasi, yaitu Pramugari “x” yang berusia 20 – 30 tahun.

## 3. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Hotel Crown Semarang selama 8 hari mulai tanggal 20 Mei 2016 sampai dengan tanggal 29 Mei 2016 (berkisar pukul 19.00 – 23.00), dengan mencari responden yang sesuai dengan karakteristik populasi. Populasi penelitian yaitu Pramugari “x” yang berusia 20 – 30 tahun. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner menggunakan dua cara yaitu langsung membagikan kuesioner kepada responden dan yang kedua yaitu meminta responden untuk mengisi kuesioner melalui aplikasi *google-form* yang bisa dilakukan menggunakan *smartphone*. Kuesioner yang dibagikan secara langsung berjumlah 17 buah dan pengisian kuesioner melalui aplikasi *google-form* sejumlah 46 buah. Peneliti memilah kembali kuesioner yang sudah terisi subjek dan memperoleh 40 kuesioner yang diisi oleh subjek dengan kriteria sesuai populasi penelitian. 40 hasil kuesioner inilah yang kemudian digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *Try Out* terpakai.