

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena datanya berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian (Creswell, dalam Alsa, 2010, h.13).

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu akan dilakukan identifikasi variabel-variabel yang akan dipakai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel tergantung : Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik
2. Variabel bebas : Kontrol Diri

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian perlu ditegaskan terlebih dahulu agar dapat ditentukan alat pengambilan data yang tepat (Suryabrata, 2011, h.29). Batasan operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik

Perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik adalah suatu bentuk perilaku membeli kurang pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan, terhadap alat-alat kecantikan. Perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik ini diungkap melalui skala, yang terdiri dari aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu aspek

keinginan atau kesenangan, kepuasan semu, dan aspek konsumsi berlebih (pemborosan). Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik, demikian juga sebaliknya.

2. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan mengatur tingkah laku ke arah yang lebih tepat dan mengarah pada perilaku yang lebih utama. Kontrol diri ini diukur melalui skala yang terdiri dari aspek-aspek kontrol diri yaitu aspek kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan aspek kontrol keputusan (*decisional control*). Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi kontrol diri, demikian juga sebaliknya.

C. Subjek Penelitian

1. Populasi dan Sampel

Suryabrata (2011, h.35) mengatakan bahwa penelitian ilmiah boleh dikatakan hampir selalu hanya dilakukan terhadap sebagian saja dari hal-hal yang sebenarnya mau diteliti. Jadi penelitian hanya dilakukan terhadap sampel, tidak terhadap populasi. Namun kesimpulan-kesimpulan penelitian mengenai sampel itu akan dikenakan atau digeneralisasikan terhadap populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, dalam kesehariannya sering menggunakan produk kosmetik (bedak, krem, pemerah bibir/

lipstick, blush-on, dan losion), sering membeli produk kosmetik kurang lebih empat produk dalam sebulan.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yaitu teknik penarikan sampel didasarkan pada kemudahan. Sampel dapat terpilih karena berada pada waktu, situasi, dan tempat yang tepat (Prasetyo dan Jannah, 2011, h.135).

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti. Upaya dalam mengungkap fakta tersebut harus dicapai dengan menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat (Azwar, 2010, h.91).

Metode pengambilan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode skala. Arikunto (2010, h.105-106) mengatakan bahwa skala menunjuk pada sebuah instrumen 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.

Skala yang akan disajikan tersebut dibedakan menjadi dua kelompok item (pernyataan), yaitu item *favourable* dan item *unfavourable*. Azwar (2010, h.26-27) mengatakan bahwa item *favourable* adalah item yang isinya mendukung, memihak atau

menunjukkan ciri adanya atribut yang diukur, sedangkan item yang *unfavourable* adalah item yang isinya tidak mendukung atau tidak menggambarkan ciri atribut yang diukur.

Terdapat dua skala yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Skala Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik

Skala perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu aspek keinginan atau kesenangan, kepuasan semu, dan aspek konsumsi berlebih (pemborosan).

Sistem penilaian skala menggunakan format skala dengan empat katagori respon, dimana subjek diminta untuk memilih salah satu di antara empat kemungkinan jawaban yang tersedia, meliputi Sangat Sering (SS), Sering (S), Jarang (J), dan Sangat Jarang (SJ). Pernyataan yang tergolong *favourable*, subjek akan memperoleh skor 4 jika menjawab sangat sering (SS), nilai 3 jika menjawab sering (S), nilai 2 jika menjawab jarang (J), dan nilai 1 jika menjawab sangat jarang (SJ). Pernyataan yang tergolong *unfavourable*, subjek akan memperoleh skor 4 jika menjawab sangat jarang (SJ), nilai 3 jika menjawab jarang (J), nilai 2 jika menjawab sering (S), dan nilai 1 jika menjawab sangat sering (SS).

Blueprint atau rancangan jumlah item skala perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Rancangan Jumlah Item Skala Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik

Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	Total
Keinginan atau kesenangan	3	3	6
Kepuasan semu	3	3	6
Konsumsi berlebihan (pemborosan)	3	3	6
Total	9	9	18

2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri disusun berdasarkan aspek-aspek kontrol diri yaitu aspek kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan aspek kontrol keputusan (*decisional control*).

Setiap item disediakan empat jawaban. Sistem penilaian mulai dari 1, 2, 3 dan 4, sedangkan alternatif jawaban adalah sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Pernyataan yang tergolong *favourable*, subjek akan memperoleh skor 4 jika menjawab sangat sesuai (SS), nilai 3 jika menjawab sesuai (S), nilai 2 jika menjawab tidak sesuai (TS), dan nilai 1 jika menjawab sangat tidak sesuai (STS). Pernyataan yang tergolong *unfavourable*, subjek akan memperoleh skor 4 jika menjawab sangat tidak sesuai (STS), nilai 3 jika menjawab tidak sesuai (TS), nilai 2 jika menjawab sesuai (S), dan nilai 1 jika menjawab sangat sesuai (SS).

Blueprint atau rancangan jumlah item skala kontrol diri dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Rancangan Jumlah Item Skala Kontrol Diri

Aspek-aspek Kontrol Diri	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	Total
Kontrol perilaku	3	3	6
Kontrol kognitif	3	3	6
Kontrol keputusan	3	3	6
Total	9	9	18

E. Uji Coba Alat Ukur

1. Uji Validitas Alat Ukur

Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2010, h.5).

Validitas alat ukur pada penelitian ini menggunakan validitas item. Suryabrata (2005, h.41) mengartikan validitas item adalah derajat kesesuaian antara sesuatu soal dengan perangkat soal-soal lain, ukuran validitas item adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item total correlation*).

Cara yang digunakan untuk menghitung korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total adalah menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson. Upaya untuk menghindari *over estimate* (angka korelasi yang kelebihan bobot), rumus korelasi tersebut perlu di koreksi dengan menggunakan teknik korelasi *part*

whole. Perhitungan analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu komputer.

2. Uji Reliabilitas Alat Ukur

Azwar (2010, h.83) menyatakan bahwa reliabilitas sebenarnya mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan.

Adapun untuk mengetahui reliabilitas skala perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik dan skala kontrol diri digunakan teknik Koefisien *Alpha* dari Cronbach. Perhitungan analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu komputer.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment* karena untuk mencari hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik. Perhitungan analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu komputer.