

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel yang terdapat dalam penelitian harus ditentukan terlebih dahulu sebelum metode pengolahan data dan analisis data diperhitungkan, karena identifikasi variabel-variabel penelitian akan membantu menentukan teknik analisis data yang digunakan. Pada penelitian ini tiga variabel yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah:

1. Variabel tergantung (Y) : Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian
2. Variabel bebas (X) : Harga Diri

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional, menurut Azwar (2010) adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Batasan operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perilaku Konsumtif terhadap pakaian pada remaja

Perilaku konsumtif terhadap pakaian pada remaja adalah perilaku konsumtif terhadap pakaian pada remaja adalah perilaku membeli barang yang berfungsi sebagai penutup tubuh dan memperelok penampilan (pakaian) yang dilakukan seseorang pada usia 13 tahun – 18 tahun (remaja) secara berlebihan dan tidak terencana yang hanya didasari dengan keinginan guna menunjang penampilan fisik dan kepuasan semata.

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan alat ukur berupa skala yang terdiri dari *impulsive buying*, *non rational buying*, dan *wasteful buying*. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, demikian juga sebaliknya.

2. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian mengenai seberapa besar dirinya layak, mampu, berarti, sukses, dan dihargai yang dilakukan terhadap dirinya sendiri yang bersifat subjektif.

Harga diri diungkapkan dengan menggunakan alat ukur berupa skala yang terdiri dari percaya diri (*self confidence*) dan kecintaan pada diri (*self love*). Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi harga dirinya, demikian juga sebaliknya.

C. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai sifat yang sama.

Adapun karakteristik dari populasi penelitian ini adalah :

- a. Pengunjung Remaja di Mall Citraland Semarang
- b. Usia 14-18 tahun
- c. Memiliki kriteria orang yang berperilaku konsumtif (memiliki pakaian yang berlebihan dan tidak digunakan)

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *quota sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara menetapkan jumlah sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri sesuai dengan karakteristik populasi penelitian

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. 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 (Arikunto, 2010).

Skala yang digunakan harus valid dan untuk itu dilakukan uji coba (Azwar, 2010). Terdapat dua macam skala yang digunakan dalam

penelitian ini, yaitu skala perilaku konsumtif terhadap pakaian dan skala harga diri.

1. Alat Ukur

1). Skala Perilaku Konsumtif remaja terhadap pakaian

Skala ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perilaku konsumtif pada remaja dan disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif dari Lina dan Rosyid (dalam Haryani & Herwanto, 2015) yaitu :

- a. *Impulsive Buying*
- b. *Non Rational Buying*
- c. *Wasteful Buying*

Skala perilaku konsumtif ini disusun berdasarkan aspek-aspek orang yang memiliki perilaku konsumtif, dengan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak sesuai (STS).

Sistem skoring dalam skala ini membedakan item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Nilai dari skala perilaku konsumtif ini berskala empat yaitu item yang bersifat *favorable* (pernyataan yang mendukung) ,jawaban Sangat Sesuai (SS) bernilai 4, Sesuai (S) bernilai 3, Tidak Sesuai (TS) bernilai 2 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai 1, sedangkan untuk tiap pernyataan yang bersifat *unfavorable* (pernyataan yang tidak mendukung) adalah : Sangat

Sesuai (SS) bernilai 1, Sesuai (S) bernilai 2, Tidak Sesuai (TS) bernilai 3 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai 4.

Adapun *blue print* skala perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut

Tabel 1
***Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif**

Aspek	Pernyataan		Jumlah
	Favourable	Unfavourable	
<i>Impulsive Buying</i>	5	5	10
<i>Non rational Buying</i>	5	5	10
<i>Wasteful Buying</i>	5	5	10
Jumlah	15	15	30

2. Skala harga diri

Skala yang mengungkap tentang harga diri ini disusun berdasarkan indikator harga diri yang diungkapkan oleh Buss (dalam Sari, dkk, 2006) yaitu:

- a. Percaya Diri
- b. Kecintaan Diri

Adapun *blue print* skala harga diri dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2
Blueprint Skala Harga Diri

Aspek	Pernyataan		Jumlah
	Favourable	Unfavourable	
Percaya Diri	5	5	10
Kecintaan Diri	5	5	10
Jumlah	10	10	20

E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2010) validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat tes atau instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Teknik yang digunakan untuk mengetahui validitas dalam penelitian ini adalah teknik Korelasi *Product Moment* dikoreksi dengan teknik part-whol.

2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2010) reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan alat ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran. Pengukuran yang tidak reliabel akan menghasilkan skor yang tidak dapat

dipercaya karena perbedaan skor yang terjadi di antara individu lebih ditentukan oleh faktor kesalahan daripada faktor perbedaan sesungguhnya. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik Alpha Cronbach.

F. Analisis Data

Analisis data adalah cara yang digunakan dalam mengolah data yang diperoleh, sehingga di dapat suatu kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik. Hal ini dilakukan dengan metode mempertimbangkan faktor kesalahan. Teknik analisis data yang digunakan adalah : Teknik Korelasi *Product Moment*.

Teknik Korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson digunakan untuk menganalisa hipotesis, yaitu hubungan antara X (harga diri) dengan Y (perilaku konsumtif).

