

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif berupa jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistika atau cara lain pengukuran (Sujarweni, 2014).

Metode penelitian dibagi menjadi dua antara lain metode penelitian Kuantitatif dan metode penelitian kualitatif, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan menekankan analisis pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistika, melalui metode kuantitatif dapat diperoleh signifikan perbedaan antara kelompok atau signifikan antara variable yang akan dilakukan (Azwar, 2010).

Menurut Creswell (dalam Alsa, 2010) penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian yang berkerja dengan menggunakan angka, dimana data yang akan diperoleh berbentuk bilangan dapat dianalisis menggunakan statistika agar dapat menjawab pertanyaan atau hipotesis dari peneliti.

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan, terlebih dahulu dilakukan identifikasi variabel-variabel yang digunakan dalam

penelitian ini. Berikut variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variable Tergantung : Perilaku Membeli Pakaian Bermerek pada Mahasiswi
2. Variabel Bebas : Gaya Hidup Konsumtif

### **C. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi Operasional variabel penelitian sesuatu bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi dan memahami setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis (Sujarweni, 2014).

#### **1. Perilaku Membeli Pakaian Bermerek**

Perilaku membeli adalah proses individu untuk membeli barang dan jasa secara langsung atau tidak langsung terutama membeli pakaian bermerek sesuai yang diinginkan mahasiswi salah satunya pakaian dimana untuk membeli akan mengeluarkan jumlah uang tidak sedikit. Perilaku membeli akan diungkap dengan menggunakan skala perilaku membeli yang disusun berdasarkan pada tahap-tahap perilaku membeli yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, pasca pembelian. Semakin tinggi skor dalam pengisian skala perilaku membeli ini, maka akan semakin tinggi perilaku membeli, demikian pula sebaliknya.

## 2. Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif adalah kegiatan individu untuk memenuhi suatu barang yang sebenarnya tidak diperlukan dan menjadi penumpukan semata-mata kepuasan memenuhi kebutuhan saat itu. Kebutuhan antara lain suatu barang yang tidak tuntas ketika dibeli. Artinya individu mengikuti kehidupan yang mewah untuk memenuhi kebutuhan dan merasa puas yang tidak seharusnya dibeli.

Gaya hidup konsumtif akan diungkap dengan menggunakan skala gaya hidup konsumtif yang disusun dengan indikator gaya hidup konsumtif, yaitu membeli pakaian karena iming-iming, membeli pakaian karena kemasan menarik, membeli demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli atas pertimbangan harga, membeli hanya sekedar menjaga symbol status, memakai pakaian karena unsur konformitas terhadap model mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua jenis yang berbeda( merek berbeda). Semakin tinggi pengisian skor gaya hidup konsumtif, maka semakin tinggi pula gaya hidup konsumtif, demikian pula sebaliknya

### D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber utama yang perlu diutamakan ketika penelitian, dalam penelitian memiliki individu-individu yang sesuai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian pada dasar kesimpulan penelitian yang akan dilakukan peneliti.

## 1. Populasi

Menurut Sujarweni (2014,h.65) populasi merupakan keseluruhan obyek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu seperti peneliti tetapkan sebagai obyek maupun subjek pada penelitian berlangsung. Menurut Bungin (2009) populasi penelitian merupakan universium dari obyek penelitian berupa manusia, hewan, benda, udara, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya sehingga dari beberapa obyek dapat menghasilkan sumber data penelitian.

Dalam penelitian ini akan menggunakan mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan jumlah 40 mahasiswi. Karakteristik dari subjek mahasiswi yang masih aktif berkuliah. Alasan menggunakan mahasiswi Universitas Katolik Semarang, mahasiswi sering kali di anggap sebagai mahasiswi pembeli terbesar terutama pakaian dari situ peneliti menggunakan mahasiswi sebagai subjek.

## 2. Teknik pengambilan sampel

Pada penelitian ini mengambil sampel dilakukan secara *accidental sampling*, dimana anggota sampel tidak direncanakan terlebih dahulu tetapi didapatkan atau dijumpai secara tiba-tiba. Subyek yang digunakan tidak dikenal dan peneliti tidak mengetahui karakteristik sesuai dalam penelitian atau tidak (Sukandarrumidi, 2006).

## E. Metode Pengumpulan Data

### 1. Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan peneliti yaitu menggunakan dua skala yang terdiri skala perilaku membeli dan skala gaya hidup konsumtif. Metode pengumpulan data dalam penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta variabel-variabel yang akan diteliti agar mendapatkan hasil yang jelas dan akurat (Azwar, 2010). Azwar (2017) menyatakan bahwa skala memiliki karakteristik khusus yang membedakan dari berbagai instrument pengumpulan data yang lain, skala disamakan dengan istilah *tes* namun secara umum dimengerti oleh peneliti-peneliti dengan istilah skala. Skala berupa pernyataan atau pertanyaan yang tidak secara langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku individu.

Metode penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala. Sukandarrumidi (2006) mendefinisikan skala adalah metode penelitian yang menggunakan daftar pernyataan yang harus dijawab dan dikerjakan oleh subjek penelitian, serta dari hasil jawaban tersebut peneliti mengambil sebuah kesimpulan terhadap subjek tersebut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari skala perilaku membeli pakaian bermerek dan skala gaya hidup konsumtif.

## 2. Blue Print dan Cara Penilaian

Ada dua skala yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala perilaku membeli pakaian bermerek dan gaya hidup konsumtif.

### a. Skala Perilaku Membeli Pakaian Bermerek pada Mahasiswi

Skala perilaku membeli disusun berdasarkan pada tahap-tahap perilaku membeli yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Penyusunan skala perilaku membeli terdiri dari 30 item, yang nantinya akan terdiri dari 15 item merupakan pertanyaan favourable dan 15 item yang merupakan pertanyaan unfavourable. Sistem penilaian skala perilaku membeli pakaian bermerek dalam penelitian ini sebagai berikut :

- \*) Item Favorable disediakan empat alternatif jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Sistem penilaian skala penelitian ini bergerak dari satu sampai empat. Subjek akan memperoleh nilai 4 jika menjawab Sangat Sesuai(SS), nilai 3 jika menjawab Sesuai (S), nilai 2 jika menjawab Tidak Sesuai (TS), nilai 1 jika menjawab Sangat Tidak Sesuai (STS).
- \*) Item Unfavorable disediakan empat alternatif jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Sistem penilaian skala penelitian ini bergerak dari satu sampai empat. Subjek akan memperoleh

nilai 1 jika menjawab Sangat Sesuai (SS), nilai 2 jika menjawab Sesuai (S), nilai 3 jika menjawab Tidak Sesuai (TS), nilai 4 jika menjawab Sangat Tidak Sesuai (STS).

**Table 1. *Blueprint* Skala Perilaku Membeli Pakaian Bermerek**

Tahap-tahap	Item		Jumlah item
	Favorable	Unfavorable	
Pengenalan kebutuhan	3	3	6
Pencarian informasi	3	3	6
Evaluasi alternatif	3	3	6
Keputusan membeli	3	3	6
Perilaku pasca pembelian	3	3	6
<b>Total</b>	15	15	30

### **b. Skala Gaya hidup Konsumtif**

Skala gaya hidup konsumtif disusun berdasarkan indikator gaya hidup konsumtif yang meliputi membeli pakaian karena iming-iming hadiah, membeli karena kemasan menarik, membeli pakaian demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli pakaian atas pertimbangan harga, membeli pakaian hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli pakaian dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk pakaian (merek berbeda).

Penyusunan skala gaya hidup konsumtif terdiri dari 32 item, masing-masing 16 item yang merupakan pernyataan *favourable*

dan 16 item yang merupakan pernyataan *unfavourable*. Sistem penilaian skala gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini sebagai berikut:

\*) Item *favourable* disediakan empat alternatif jawaban yaitu, Sangat sesuai ( SS), Sesuai(S), Tidak Sesuai(TS), dan Sangat Tidak Sesuai(STS). Sistem penilaian skala dalam penelitian ini bergerak dari satu sampai empat. Subjek akan memperoleh nilai 4 jika menjawab Sangat Sesuai(SS), nilai 3 jika menjawab Sesuai(S), nilai 2 jika menjawab Tidak Sesuai(TS), nilai 1 jika menjawab Sangat Tidak Sesuai(STS).

\*) Item *unfavourable* disediakan empat alternatif jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Sistem penilaian skala penelitian ini bergerak dari satu sampai empat. Subjek akan memperoleh nilai 1 jika menjawab Sangat Sesuai (SS), nilai 2 jika menjawab Sesuai (S), nilai 3 jika menjawab Tidak Sesuai (TS), nilai 4 jika menjawab Sangat Tidak Sesuai (STS).



**Table 2. Blueprint Skala Gaya Hidup Konsumtif**

Indikator	Item		Jumlah item
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Membeli pakaian karena iming-iming hadiah	2	2	4
Membeli pakaian karena kemasan menarik	2	2	4
Membeli pakaian demi menjaga penampilan diri dan gengsi	2	2	4
Membeli pakaian atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)	2	2	4
Membeli pakaian hanya sekedar menjaga symbol status	2	2	4
Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap modal yang mengiklankan produk	2	2	4
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	2	2	4
Mencoba lebih dari 2 jenis produk (merek berbeda)	2	2	4
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

## F. Uji Coba Alat Ukur

### 1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukuran dan pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur (Azwar, 2014).

Menurut Arikunto (2002) menyatakan bahwa validitas menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan sesuatu instrument yang valid memiliki validitas yang tinggi. Mengukur apa yang

diinginkan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul menunjukkan tinggi dan rendah data pada penelitian.

Penelitian ini akan menggunakan uji validitasnya dengan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson* (Arikunto, 2002). Kemudian hasil penelitian akan dikoreksi lagi dengan menggunakan korelasi *Part Whole*.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur, sehingga alat ukur tersebut dipercaya atau dapat diandalkan (Arikunto, 2002). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik perhitungan reliabilitas koefisien *Alpha Cronbach*, semakin besar koefisien reliabilitas, berarti semakin kecil kesalahan pengukuran, maka semakin reliable alat ukur tersebut, demikian pula sebaliknya

## G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik agar dapat menjawab hasil analisis atau hasil uji pada penelitian (Sujarweni, 2014).

Metode yang digunakan untuk menganalisis pada penelitian ini dengan metode kuantitatif, teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.