

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif yang bersifat non eksperimental atau peneliti tidak melakukan manipulasi pada variabel bebas. Penelitian kuantitatif menurut Hadi (2002) adalah suatu penelitian yang datanya dapat diperoleh dengan menghitung menggunakan alat-alat sederhana atau jenis data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian berfungsi untuk menentukan alat pengumpul dan teknik analisis data yang digunakan. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri
2. Variabel Bebas : Konformitas Teman Sebaya

3.3. Definisi Operasional Penelitian

Untuk memperoleh pengertian yang jelas mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini maka dirumuskan batasan operasional masing-masing variabel sebagai berikut:

3.3.1. Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri

Perilaku konsumtif pada remaja putri adalah perilaku remaja putri yang mengkonsumsi produk secara berlebihan serta tidak terencana terhadap barang yang kurang diperlukan. Pada penelitian ini, perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala perilaku konsumtif dengan aspek perilaku konsumtif yaitu, implusif, pemborosan, mencari kesenangan, dan

mencari kepuasan. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada subjek penelitian.

3.3.2. Konformitas Teman Sebaya

Konformitas teman sebaya merupakan perilaku penyesuaian sikap, pendapat, atau persepsi seseorang terhadap lingkungan atau kelompoknya. Pada penelitian ini konformitas teman sebaya akan diukur menggunakan skala konformitas teman sebaya dengan aspek konformitas teman sebaya yaitu, kekompakan, kesepakatan, ketaatan. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi konformitas teman sebaya pada subjek penelitian, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah konformitas teman sebayanya.

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. Populasi

Populasi adalah sejumlah individu yang mempunyai satu sifat yang sama, sedangkan yang dimaksud sampel yaitu sebagian populasi. Populasi adalah suatu objek yang secara keseluruhan digunakan untuk data penelitian (Hadi, 2002). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah siswi-siswi di SMAK YSKI Semarang yang berusia 15-18 tahun. Menurut Loudon & Bitta (1998) remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena remaja suka mencoba hal baru, tidak realistik dan cenderung boros. Perilaku konsumtif pada masa remaja, antara 12-18 tahun hal ini dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas.

3.4.2. Teknik Sampling

Sampel adalah suatu individu yang berjumlah kurang dari jumlah populasi dan teknik pengambilan sampel adalah cara untuk menentukan sampel yang akan dijadikan data. Sebenarnya cara pengambilan sampel adalah dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel representatif yang benar-benar memiliki populasi. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu *incidental* sampling. Teknik sampling insidental adalah suatu teknik pengambilan sampel secara kebetulan, dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2011). Pada penelitian ini menggunakan sampel 90 siswi SMA Kristen YSKI Semarang.

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode ini adalah dengan metode skala. Metode skala merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan daftar pernyataan yang berisi aspek-aspek yang hendak diukur, yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang-orang yang menjadi subyek penelitian. Berdasarkan atas jawaban atau isian tersebut, peneliti mengambil kesimpulan mengenai subyek penelitian (Hadi, 2002).

3.5.2. *Blueprint* dan Cara Penilaiannya

3.5.2.1. Skala Perilaku konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif. Skala ini terdiri dari aspek-aspek yang terdapat dalam perilaku konsumtif yaitu:

1. Impulsif

2. Pemborosan
3. Mencari kesenangan (*pleasure seeking*)
4. Mencari kepuasan (*satisfaction seeking*)

Ada empat pilihan jawaban dari setiap pernyataan tersebut yaitu “Sangat Tidak Setuju” (STS), “Tidak Setuju” (TS), “Setuju” (S), “Sangat Setuju” (SS). Jawaban tersebut dapat digunakan untuk dapat melihat suatu kecenderungan pendapat responden ke arah positif atau sebaliknya kearah negatif. Di dalam skala ini, subyek diminta untuk memilih satu jawaban yaitu :

1. “SS”: Bila jawaban subyek sangat sesuai dengan pernyataan.
2. “S” : Bila jawaban subyek sesuai dengan pernyataan.
3. “TS”: Bila jawaban subyek tidak sesuai dengan pernyataan.
4. “STS”:Bila jawaban subyek sangat tidak sesuai dengan pernyataan.

Cara pemberian nilai pada jawaban subyek yaitu terhadap item yang tergolong favourable, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai satu, jawaban Tidak setuju (TS) memperoleh nilai dua, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai tiga, jawaban Sangat Setuju (SS) memperoleh nilai empat. Sebaliknya terhadap item yang tergolong unfavourable, jawaban Sangat Setuju (SS) memperoleh nilai satu, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai dua, jawaban Tidak Setuju (TS) memperoleh nilai tiga, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai empat.

Tabel 3.1 *Blue Print* Skala Perilaku konsumtif

Aspek	Favourable	Unfavourable	Jumlah
Impulsif	4	4	8
Pemborosan	4	4	8
Mencari kesenangan	4	4	8
Mencari kepuasan	4	4	8
Jumlah	16	16	32

3.5.2.1. Skala konformitas teman sebaya

Skala ini bertujuan untuk mengetahui konformitas teman sebaya. Skala ini terdiri dari aspek-aspek yaitu :

1. Kekompakan
2. Kesepakatan
3. Ketaatan

Ada empat pilihan jawaban dari setiap pernyataan tersebut yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), “Sangat Tidak Setuju” (STS). Cara pemberian nilai pada jawaban subyek yaitu terhadap item yang tergolong favourable, jawaban Sangat Setuju (SS) memperoleh nilai empat, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai tiga, jawaban Tidak Setuju (TS) memperoleh nilai dua, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai satu. Sebaliknya terhadap item yang tergolong unfavourable, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai empat, jawaban Tidak Setuju (TS) memperoleh nilai tiga, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai dua, dan jawaban Sangat Setuju (SS) memperoleh nilai satu.

Jawaban tersebut dapat digunakan untuk dapat melihat suatu kecenderungan pendapat responden ke arah positif atau sebaliknya ke arah negatif. Di dalam skala ini, subyek diminta untuk memilih satu jawaban yaitu :

1. “SS”: Bila jawaban subyek sangat sesuai dengan pernyataan.
2. “S” : Bila jawaban subyek sesuai dengan pernyataan.
3. “TS”: Bila jawaban subyek tidak sesuai dengan pernyataan.
4. “STS”: Bila jawaban subyek sangat tidak sesuai dengan pernyataan.

Cara pemberian nilai pada jawaban subyek yaitu terhadap item yang tergolong favourable, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai satu,

jawaban Tidak setuju (TS) memperoleh nilai dua, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai tiga, jawaban Sangat Setuju (SS) memperoleh nilai empat. Sebaliknya terhadap item yang tergolong unfavourable, jawaban Sangat Setuju (SS) memperoleh nilai satu, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai dua, jawaban Tidak Setuju (TS) memperoleh nilai tiga, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai empat.

Tabel 3.2 *Blue Print* Konformitas teman sebaya

Aspek	Favourable	Unfavourable	Jumlah
Kekompakan	4	4	8
Kesepakatan	4	4	8
Ketaatan	4	4	8
Jumlah	12	12	24

3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.6.1. Validitas Alat Ukur

Validitas alat ukur menurut Azwar (2004) mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Sementara itu Azwar (2004) mengatakan bahwa validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran betul-betul mengukur apa yang seharusnya diukur. Cara yang dapat dipakai untuk mengetahui validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson dan dikoreksi dengan teknik part whole.

3.6.2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2004) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik uji reliabilitas *Alpha* yang dikembangkan oleh Cronbach. Teknik ini dapat memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar

dengan reliabilitas yang sebenarnya, jadi ada kemungkinan test lebih tinggi. Hasil reliabilitas dengan menggunakan teknik ini adalah lebih cermat karena dapat.

3.7. Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara yang dilakukan untuk mengolah data, sehingga akan didapatkan suatu kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik. Hal ini dilakukan dengan metode mempertimbangkan faktor kesalahan (Hadi, 2002). Teknik statistik yang dipakai adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson (Azwar, 2004). Korelasi *Product Moment* merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila datanya berskala interval atau rasio. Penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment* karena memiliki dua (2) variabel yaitu independen dan dependen. Korelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan perilaku konsumtif dengan konformitas teman sebaya.