

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif dengan teknik korelasional. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berwujud bilangan dan diolah dengan analisis statistika (Azwar, 2016). Alasan penulis menggunakan teknik korelasional adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai hubungan antar variabel (Azwar, 2016).

3.2. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel adalah tahap untuk menentukan variabel sesuai dengan kegunaannya sedangkan variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian di dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel tergantung dan variabel bebas. Variabel tergantung adalah variabel penelitian yang dipengaruhi variabel-variabel lain dan variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab terjadinya variabel tergantung (Azwar, 2016). Dalam penelitian ini perilaku konsumtif sebagai variabel tergantung dan literasi ekonomi sebagai variabel bebas.

3.2.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah definisi mengenai variabel yang diterjemahkan ke dalam indikator-indikator perilaku (Azwar, 2016); dan menspesifikasikan kegiatan guna mengukur variabel tersebut (Nazir, 2014). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah yaitu:

3.2.2.1. Definisi Operasional Perilaku Konsumtif Remaja Tengah Pengguna *Online Shop*

Perilaku konsumtif remaja tengah pengguna *online shop* adalah pola pembelian barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang terjadi karena dorongan, keinginan hingga menjadi kebiasaan sebagai simbol/prestise serta proses ini terjadi sejak dini hingga sepanjang hidup pada individu rentang usia antara 15 hingga 18 tahun melalui media *online*. Perilaku konsumtif akan peneliti ungkap dengan menggunakan Skala Perilaku Konsumtif yang terdiri dari tiga aspek yaitu aspek pembelian impulsif, pemborosan dan pembelian tidak rasional. Semakin tinggi skor Skala Perilaku Konsumtif maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi dan begitu juga sebaliknya.

3.2.2.2. Definisi Operasional Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi adalah kemampuan membuat keputusan ekonomi dengan cerdas dan mandiri berdasarkan proses pembelajaran dari pengamatan, pengetahuan, pengalaman yang diperoleh dari keluarga, sekolah, lingkungan sekitarnya sehingga menghasilkan keterampilan hidup agar dapat mencapai kesejahteraan. Literasi ekonomi akan diungkap Skala Literasi Ekonomi yang terdiri atas aspek aset, utang, proteksi, menabung dan pengeluaran. Semakin tinggi skor Skala Literasi Ekonomi maka literasi ekonomi akan semakin tinggi dan sebaliknya.

3.3. Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah obyek atau subjek yang memiliki jumlah dan sifat tertentu untuk diteliti dan disimpulkan oleh peneliti

(Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini remaja di SMA "X" dengan total 769 siswa di 24 kelas serta kriterianya adalah remaja tengah berusia 15 sampai 18 tahun dan memiliki pengalaman berbelanja di *online shop*. Peneliti memilih remaja tengah karena pada rentang usia ini remaja akan beralih ke masa dewasa dan mampu mengambil keputusan ekonomi.

3.3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah obyek atau subjek yang merupakan bagian dari populasi dan memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *cluster sampling* dengan alasan pengambilan sampel sudah ditentukan oleh SMA "X".

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kali ini akan menggunakan alat ukur. Alat ukur adalah media yang digunakan peneliti untuk mengambil data sesuai dengan tujuan penelitian (Periantalo, 2016). Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan sumber data primer yaitu data yang diambil secara langsung tanpa adanya perantara (Periantalo, 2016). Kemudian untuk jenis alat ukur yang akan digunakan adalah skala *likert*, menurut Azwar (2016) yaitu skala yang dapat mengungkap data menjadi apakah menjadi sikap positif dan negatif atau sikap setuju dan tidak setuju.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan dua skala yaitu Skala Perilaku Konsumtif (SPK) dan Skala Literasi Ekonomi (SLE). Subjek akan diminta untuk mengisi lembar pernyataan yang ada dalam bentuk skala dengan cara memberi satu tanda silang (X) pada setiap aitem serta pilihan jawaban dijabarkan sebagai berikut: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Pada pernyataan *favorable*, jawaban

Sangat Sesuai (SS) bernilai empat, Sesuai (S) bernilai tiga, Tidak Sesuai (TS) bernilai dua, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai satu. Begitu juga sebaliknya, pada pernyataan *unfavorable*, pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS) bernilai satu, Sesuai (S) bernilai dua, Tidak Sesuai (TS) bernilai tiga, dan yang terakhir adalah pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) yang bernilai empat.

3.4.1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala Perilaku Konsumtif dikembangkan oleh Dewi (2016) yang terdiri dari empat aspek yaitu aspek pembelian impulsif, aspek pemborosan, dan aspek pembelian tidak rasional dengan beberapa perubahan kata pada aitem untuk menyesuaikan kriteria subjek. Alat ukur ini memiliki koefisien reliabilitas *alpha* sebesar 0,936. Terdapat indikator pada setiap aspek yang ada dan ada dua jenis pernyataan yaitu pernyataan *favorable* dan pernyataan *unfavorable* dengan total 28 aitem. Berikut adalah sebaran *blueprint* setiap aspek perilaku konsumtif:

Tabel 3.1 Sebaran Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

No.	Aspek	Jumlah Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pembelian Impulsif	5	4	9
2.	Pemborosan	5	5	10
3.	Pembelian Tidak Rasional	4	5	9
	Total	14	14	28

3.4.2. Skala Literasi Ekonomi

Skala literasi ekonomi terdiri dari empat aspek menurut Sina (2012) yaitu aspek aset, aspek utang, aspek menabung, aspek proteksi, dan aspek pengeluaran. Terdapat indikator pada setiap aspek yang ada dan ada dua jenis pernyataan yaitu pernyataan *favorable* dan pernyataan *unfavorable*

dengan total 12 aitem. Berikut adalah sebaran *blueprint* setiap aspek literasi ekonomi:

Tabel 3.2 Sebaran Blueprint Skala Literasi Ekonomi

No.	Aspek	Jumlah Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Aset	2	2	4
2.	Utang	1	1	2
3.	Menabung	1	1	2
4.	Proteksi	1	1	2
5.	Pengeluaran	1	1	2
	Total	6	6	12

3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.5.1. Validitas Alat Ukur

Validitas adalah sejauh mana alat ukur dapat mengukur dan mengungkap data sesuai tujuan penelitian (Periantalo, 2016). Kemudian untuk jenis validitas yang akan digunakan adalah validasi aitem karena validasi jenis ini menggunakan hasil korelasi skor aitem dengan skor total skala (Azwar, 2015).

Indeks validitas dapat dilihat dengan menggunakan tabel ryang disesuaikan dengan jumlah subjek yang ada. Setelah diperoleh r_{hitung} kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} menggunakan taraf signifikansi 0,05 dan df (N-2). Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka dapat dikatakan aitem valid, sedangkan apabila diperoleh $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka dapat dikatakan aitem tidak valid atau gugur. Setelah dilakukan uji validitas, perlu dilakukan analisis korelasi *Part-Whole* untuk mendapatkan skor murni dari koefisien validitas aitem pada suatu alat ukur, karena pada saat korelasi antara skor item dengan skor total item terjadi kelebihan bobot sehingga menyebabkan angka korelasi yang diperoleh menjadi besar.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan r_{tabel} untuk mengetahui validitas setiap aitem serta menggunakan korelasi *Part-Whole* karena r_{tabel} memiliki nilai koefisien yang dapat disesuaikan dengan jumlah subjek sehingga dapat menyelamatkan lebih banyak aitem agar tidak gugur.

3.5.2. Reliabilitas Alat Ukur

Suatu alat ukur yang dianggap memiliki reliabilitas adalah alat ukur yang reliabel dan *ajeg*, artinya jika alat ukur digunakan lagi hasilnya akan konsisten dan stabil (Periantalo, 2016). Pada penelitian ini, peneliti akan melihat *Alpha Cronbach* untuk menentukan reliabilitasnya. Koefisien reliabilitas yang dianggap memuaskan adalah 0,9, koefisien 0,7 – 0,8 dianggap baik, dan 0,6 dianggap hanya memenuhi tetapi tidak merupakan nilai murni melainkan hasil dari variasi eror (Azwar, 2015).

3.6. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul akan dianalisis atau diolah sehingga hasil pengumpulan data dapat dibaca dan ditafsirkan (Azwar, 2016). Analisis data kali ini akan menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment Karl Pearson* dengan program komputer untuk mengukur korelasi atau hubungan antara variabel literasi ekonomi dengan variabel perilaku konsumtif.