

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional karena penelitian ini bertujuan untuk mencari seberapa besar hubungan antara variabel tergantung dengan variabel bebas. Metode penelitian kuantitatif menurut Creswell (dalam Alsa, 2014) merupakan penelitian yang bekerja dengan angka dimana data penelitian kuantitatif berupa bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab hipotesis atau pertanyaan yang bersifat spesifik dan berfungsi untuk memprediksi apabila variabel tertentu memengaruhi variabel lainnya, selain itu, pengumpulan data didasarkan pada instrumen penelitian dengan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik. Tujuan dari metode penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian variabel ini digunakan untuk membantu mengetahui alat pengumpulan data dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif Pembelian Kosmetik Remaja Putri
2. Variabel Bebas : Konsep Diri

3.3. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan batasan atau spesifikasi untuk menghindari perbedaan interpretasi dalam suatu penelitian pada variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

1. Perilaku Konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri

Perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri adalah perilaku yang ditujukan oleh remaja putri yang sedang mengalami masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa dengan adanya kecenderungan tindakan melakukan pembelian, memiliki, dan memanfaatkan produk kosmetik secara tidak rasional. Perilaku konsumtif ini dilakukan hanya untuk memuaskan hasrat dan mengutamakan gengsi tanpa adanya suatu kebutuhan. Perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan tiga aspek, yaitu pembelian impulsif, mencari kesenangan, pemborosan. Semakin tinggi skor yang diperoleh pada skala perilaku konsumtif ini, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dimiliki individu, demikian sebaliknya.

2. Konsep Diri

Konsep diri dapat diartikan sebagai gambaran yang dimiliki oleh individu tentang dirinya, terkait keadaan fisik, psikologis, sosial dan spiritual. Konsep diri diungkap menggunakan skala konsep diri yang disusun berdasarkan empat aspek, antara lain fisik, psikis, sosial dan moral. Semakin tinggi skor yang diperoleh dari skala konsep diri, menunjukkan bahwa semakin tinggi pula konsep diri yang dimiliki individu, demikian sebaliknya.

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi adalah wilayah generalisasi yang berisi subjek maupun objek yang memiliki kuantitas dan suatu karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan untuk mendapatkan hasil penelitian (Sugiyono, 2015). Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi rentang usia 18-20 tahun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

3.4.2. Sampling

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu sampling insidental. 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).

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang akan dijawab oleh subjek penelitian dan berisi aspek-aspek yang akan diukur, guna untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini terdapat dua skala yang

digunakan, yaitu skala perilaku konsumtif dan skala konsep diri. Adapun skala tersebut yaitu:

a. Skala perilaku konsumtif pembelian kosmetik remaja putri

Item-item yang terdapat pada skala ini dibuat berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu:

- a. Pembelian impulsif (*Impulsive*)
- b. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)
- c. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Dalam skala ini terdapat empat pilihan jawaban untuk sistem scoring item *favorable* yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Sistem skoring yang digunakan meliputi skor 4 Sangat Sesuai (SS), skor 3 untuk jawaban Sesuai (S), skor 2 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS), dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Sistem scoring untuk item *unfavorable* yang digunakan meliputi skor 1 Sangat Sesuai (SS), skor 2 untuk jawaban Sesuai (S), skor 3 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS), dan skor 4 untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

Tabel 1. Blue Print Perilaku Konsumtif

Gejala	Jumlah <i>item</i>		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Pembelian Impulsif	4	4	8
Mencari Kesenangan	4	4	8
Pemborosan	4	4	8
Total	12	12	24

b. Skala Konsep Diri

Item-item yang terdapat pada skala ini dibuat berdasarkan aspek-aspek konsep diri yaitu:

- a. Fisik
- b. Psikis
- c. Sosial
- d. Moral

Tabel 2. *Blue Print* Konsep Diri

Gejala	Jumlah <i>item</i>		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Fisik	3	3	6
Psikis	3	3	6
Moral	3	3	6
Sosial	3	3	6
Total	12	12	24

3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.6.1. Validitas Alat Ukur

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan atau kesahihan sebuah instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat (Arikunto, 2013). Validitas alat ukur menggunakan validitas item dengan melakukan korelasi skor item dengan skor total, sedangkan untuk mencari koefisien korelasi skor item dapat dengan skor total menggunakan rumus korelasi *Product Moment* sehingga menghasilkan skala yang valid (Azwar, 2015). Agar mendapatkan skor yang murni, peneliti melakukan koreksi kembali hasil dengan menggunakan teknik

analisis *Part Whole* untuk menghindari kelebihan bobot yang disebabkan kontribusi skor pada setiap item.

3.6.2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas adalah sebuah instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik dan sudah bisa dikatakan konsisten (Arikunto, 2013). Untuk mengetahui reliabilitas skala perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri dengan konsep diri digunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach*.

3.7. Metode Analisis Data

Sugiyono (2015) dan Azwar (2016) berpendapat bahwa analisis data dilakukan setelah data dari seluruh subjek atau responden maupun sumber lain terkumpul. Analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari *Karl Pearson* karena memiliki tujuan untuk menguji korelasi konsep diri dengan perilaku konsumtif.