

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data kuantitatif (angka) dan dikumpulkan melalui prosedur pengukuran yang diolah dengan metode analisis statistika (Azwar, 2017). Melalui metode ini diperoleh signifikansi korelasi atau hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi pengguna *Shopee* di Semarang.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian merupakan langkah penetapan label bagi variabel-variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsi masing-masing dalam setiap hipotesis (Azwar, 2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu variabel bebas dan variabel tergantung. Kedua variabel tersebut diidentifikasi sebagai berikut :

1. Variabel tergantung : Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pengguna *Shopee*
2. Variabel bebas : Kontrol Diri

3.3. Definisi Operasional

a. Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pengguna *Shopee*

Perilaku konsumtif mahasiswi pengguna *Shopee* adalah perilaku membeli yang dilakukan di *platform online Shopee* yang didasarkan bukan pada kebutuhan namun hanya didasarkan pada keinginan yang dilakukan oleh para mahasiswi. Pada penelitian ini perilaku konsumtif diungkap dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari delapan indikator, yaitu membeli karena tawaran hadiah yang menarik, membeli karena kemasannya menarik, membeli

untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli karena potongan harga, membeli untuk menjaga status sosial, membeli karena model yang mengiklankannya, membeli untuk meningkatkan rasa percaya diri, serta membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. Semakin tinggi skor skala perilaku konsumtif, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi, begitu pula sebaliknya.

b. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan emosi dan dorongan yang muncul dalam dirinya dan mengalihkannya kepada konsekuensi positif. Pada penelitian ini kontrol diri diungkap dengan menggunakan skala kontrol diri yang terdiri dari tiga aspek, yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Semakin tinggi skor kontrol diri, maka semakin tinggi pula kontrol diri yang dimiliki oleh mahasiswi, begitu pula sebaliknya.

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. Populasi

Populasi penelitian merupakan kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi penelitian, di mana kelompok subjek tersebut harus memiliki beberapa ciri atau karakteristik sama yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya (Azwar, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang berumur 18-21 tahun yang sedang aktif berkuliah di kota Semarang, dan merupakan pengguna *Shopee* yang aktif berbelanja di *Shopee*.

3.4.2. Teknik pengambilan sampel

Sampel merupakan sebagian dari subjek populasi (Azwar, 2017). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel dengan *nonprobability sampling* melalui *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau

kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan teknik *insidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, siapa saja orang yang ditemui asal sesuai karakteristik dengan penelitian yang sedang diteliti bisa dijadikan sampel (Sugiyono, 2016).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang berupa skala. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data terkait dengan kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan menggunakan dua skala psikologi, di mana skala pertama bertujuan untuk mengukur variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif dan skala kedua untuk mengukur variabel bebas yaitu kontrol diri.

3.5.2. Blueprint

a. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya perilaku konsumtif pada mahasiswi. Dasar penyusunan skala adalah dari delapan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yaitu membeli karena tawaran hadiah yang menarik, membeli karena kemasannya menarik, membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli karena potongan harga, membeli untuk menjaga status sosial, membeli karena model yang mengiklankannya, membeli untuk meningkatkan kepercayaan diri, membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda. Blueprint skala perilaku konsumtif mahasiswi pengguna *Shopee* dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

Indikator	Pernyataan		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Membeli karena tawaran hadiah yang menarik	2	2	4
Membeli karena kemasannya menarik	2	2	4
Membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi	2	2	4
Membeli karena potongan harga	2	2	4
Membeli untuk menjaga status sosial	2	2	4
Membeli karena model yang mengiklankannya	2	2	4
Membeli untuk meningkatkan rasa percaya diri	2	2	4
Membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda	2	2	4
Total	16	16	32

b. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya kontrol diri yang dimiliki mahasiswa pengguna *Shopee*, meliputi tiga aspek, yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol keputusan (*decisional control*). *Blueprint* skala kontrol diri dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2 *Blueprint* Skala Kontrol Diri

Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Kontrol Perilaku	4	4	8
Kontrol Kognitif	4	4	8
Kontrol Keputusan	4	4	8
Total	12	12	24

3.5.3. Cara Penilaian

Pernyataan sikap dalam masing-masing skala terdiri atas dua macam, yaitu pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek sikap (*favorable*) dan pernyataan yang tidak mendukung objek sikap (*unfavorable*). Dalam penelitian ini, peneliti menyediakan empat alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh subjek

penelitian sesuai dengan perasaan atau kondisi yang sedang dialami dan setiap alternatif jawaban yang dipilih subjek masing-masing akan diberikan skor sesuai dengan pernyataan yang ada.

Pada pernyataan *favorable*, jawaban sangat sesuai (SS) diberi skor 4, jawaban sesuai (S) diberi skor 3, jawaban tidak sesuai (TS) diberi skor 2, dan jawaban sangat tidak sesuai (STS) diberi skor 1. Sedangkan pada pernyataan *unfavorable*, jawaban sangat tidak sesuai (STS) diberi skor 4, jawaban tidak sesuai (TS) diberi skor 3, jawaban sesuai (S) diberi skor 2, dan jawaban sangat sesuai (SS) diberi skor 1.

3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

a. Validitas Alat Ukur

Validitas didefinisikan sejauhmana suatu skala atau tes akurat dalam menjalankan fungsi pengukurannya (Azwar, 2019). Dengan demikian, uji validitas sangat diperlukan untuk mengetahui apakah skala yang digunakan untuk mengukur suatu variabel mampu menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan tujuan pengukuran. Perhitungan validitas pada penelitian ini adalah menggunakan *product moment* dari Pearson yang dikoreksi dengan menggunakan teknik *Part Whole* dan dikorelasikan antara skor item dan skor totalnya.

b. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas berarti sejauhmana sebuah hasil alat ukur dapat dipercaya (Azwar, 2019). Suatu alat ukur dapat dikatakan *reliable* apabila alat tersebut dapat mengukur suatu gejala dengan rentang waktu yang berbeda tetapi tetap menunjukkan konsistensi terhadap hasilnya (Nasution, 2014). Data yang tidak *reliable* akan memberikan informasi yang tidak dapat dipercaya dikarenakan data

tersebut memiliki hasil yang tidak konsisten. Pada penelitian ini, uji reliabilitas yang akan digunakan adalah teknik *Alpha Cronbach*.

3.7. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data statistik. Analisis data statistik digunakan untuk mendapatkan hasil pengolahan data yang objektif. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Product Moment Pearson* untuk menguji hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi pengguna *Shopee* dengan menggunakan *SPSS (Statistical Package for the Social Science) 21.0*.

