

BAB 4

PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

4.1. Orientasi Kancan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan subjek dan tempat atau kancan penelitian. Pada penelitian ini subjek akan dipilih dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, hal ini dikarenakan banyaknya peluang anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel tidak diketahui jumlahnya. Penelitian ini dilakukan di kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang masih aktif berkuliahan di kota Semarang dengan rentang usia 18-21 tahun dan merupakan pengguna *Shopee* serta aktif melakukan pembelian di *Shopee*.

Shopee merupakan *e-marketplace* yang paling banyak digunakan di Indonesia (Snapcart, 2018). Untuk konsumennya sendiri, saat ini di Indonesia *Shopee* di dominasi oleh kelompok usia 15-25 tahun (Jayabuana, 2018). *Shopee* menjadi *e-marketplace* yang penggunaannya didominasi oleh para wanita, hal ini karena *Shopee* merupakan *e-marketplace* yang paling banyak menyediakan keperluan wanita seperti pakaian dan produk kecantikan (Eka, 2018). Selain menjadi *e-marketplace* favorit bagi para wanita, *Shopee* ternyata juga menjadi *e-marketplace* terfavorit para milenial (Yusra, 2018).

Peneliti kemudian memilih mahasiswi untuk menjadi responden dalam penelitian ini karena mahasiswi termasuk dalam wanita generasi milenial. Milenial merupakan mereka yang berusia 18-38 tahun (Budiati dkk, 2018). Selain itu karena di kalangan mahasiswa dan mahasiswi terbentuk gaya hidup yang khas dan turut membawa perubahan budaya sosial tinggi yang dapat mendukung mereka untuk berperilaku konsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013). Khususnya

para mahasiswi, karena remaja putri lebih sering berbelanja dibandingkan remaja putra (Pergiwati, 2016).

Peneliti kemudian memilih Kota Semarang sebagai lokasi penelitian karena Semarang menjadi salah satu kota yang paling banyak mengakses *marketplace Shopee* (Eka, 2018).

4.2. Persiapan Pengumpulan Data Penelitian

4.2.1. Perijinan Penelitian

Sebelum memulai penelitian, peneliti mengajukan surat permohonan izin terlebih dahulu kepada Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata untuk melakukan uji coba alat ukur penelitian di lingkungan Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata. Kemudian surat ini disetujui oleh Kepala Program Studi (Kaprogni) dan selesai dibuat dengan nomer surat 0462/B.7.3/FP/XI/2019. Setelah mendapatkan surat izin, peneliti menyebar skala dalam bentuk *Google Form* kepada para mahasiswi angkatan 2018 dan 2019 melalui grup kelas dan grup angkatan.

4.2.2. Penyusunan Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan dua macam alat ukur, yaitu skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri.

a. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini disusun berdasarkan indikator perilaku konsumtif dari Sumartono (2002) dan memiliki jumlah keseluruhan sebanyak 32 item. Item-item tersebut terdiri dari 16 pernyataan favorable (pernyataan positif) dan 16 pernyataan unfavorable (pernyataan negatif). Berikut sebaran item dari skala perilaku konsumtif dijelaskan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Sebaran Item Skala Perilaku Konsumtif

| Indikator | Pernyataan | | Jumlah |
|--|------------|-------------|--------|
| | Favorable | Unfavorable | |
| Membeli karena tawaran hadiah yang menarik | 1, 17 | 9, 25 | 4 |
| Membeli karena kemasannya menarik | 2, 18 | 10, 26 | 4 |
| Membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi | 3, 19 | 11, 27 | 4 |
| Membeli karena potongan harga | 4, 20 | 12, 28 | 4 |
| Membeli untuk menjaga status sosial | 5, 21 | 13, 29 | 4 |
| Membeli karena model yang mengiklankannya | 6, 22 | 14, 30 | 4 |
| Membeli untuk meningkatkan rasa percaya diri | 7, 23 | 15, 31 | 4 |
| Membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda | 8, 24 | 16, 32 | 4 |
| Total | 16 | 16 | 32 |

b. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri disusun berdasarkan aspek yang disampaikan oleh Averill. Di dalam skala ini terdapat 24 item yang terdiri dari 12 item favorable (pernyataan positif) dan 12 item unfavorable (pernyataan negatif). Berikut sebaran item dari skala kontrol diri dijelaskan pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Sebaran Item Skala Kontrol Diri

| Aspek | Favorable | Unfavorable | Jumlah |
|-------------------|--------------|---------------|--------|
| Kontrol Perilaku | 1, 7, 13, 19 | 4, 10, 16, 22 | 8 |
| Kontrol Kognitif | 2, 8, 14, 20 | 5, 11, 17, 23 | 8 |
| Kontrol Keputusan | 3, 9, 15, 21 | 6, 12, 18, 24 | 8 |
| Total | 12 | 12 | 24 |

4.3. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum melakukan penelitian, dilakukan uji coba alat ukur terlebih dahulu untuk mengetahui validitas dan reliabilitas skala yang digunakan sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini metode pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah *insidental sampling* dengan kriteria mahasiswi di kota Semarang yang berusia 18-21 tahun yang merupakan pengguna *Shopee* dan aktif berbelanja di *Shopee*.

Uji coba dilakukan pada 2-6 Desember 2019 dengan cara menyebarkan *Google Form* pada grup kelas mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2019 dan 2018 melalui perantara komting kelas. Subyek penelitian ini hanyalah mahasiswi Fakultas Psikologi angkatan 2019 dan 2018 yang merupakan pengguna *Shopee* dan sering melakukan pembelian di *Shopee*. Kemudian didapatkan jumlah keseluruhan dari responden yang ada sejumlah 64 responden dan semuanya memenuhi kriteria penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti.

Setelah melakukan uji coba alat ukur, peneliti kemudian melakukan skoring dan menyusun tabulasi data hasil skala uji coba dan selanjutnya dilakukan penghitungan data. Berikut hasil analisis validitas dan reliabilitas alat ukur pada uji coba yang dilakukan oleh peneliti:

1. Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

Pada skala ini terdapat 32 item. Setelah dilakukan uji validitas sebanyak dua putaran dengan taraf signifikansi 5% terhadap 64 responden sebanyak 0,2075 kemudian berubah menjadi 30 item.

Pada putaran pertama terdapat dua item yang gugur dan 30 item yang valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,882 sehingga perlu dilakukan putaran kedua. Lalu pada putaran kedua, tidak ada item yang gugur dan item yang valid tetap berjumlah 30 dengan koefisien reliabilitas menjadi 0,890. Nilai koefisien validitas bergerak antara 0,235-0,622.

Pada skala ini item yang ada dapat dikatakan valid karena memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,890 sehingga bisa digunakan pada penelitian ini. Sebaran item valid dan yang gugur dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Perilaku Konsumtif

| Indikator | Pernyataan | | Jumlah Item |
|--|------------------|--------------------|-------------|
| | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | Valid |
| Membeli karena tawaran hadiah yang menarik | 1, 17 | 9, 25 | 4 |
| Membeli karena kemasannya menarik | 2, 18* | 10, 26* | 2 |
| Membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi | 3, 19 | 11, 27 | 4 |
| Membeli karena potongan harga | 4, 20 | 12, 28 | 4 |
| Membeli untuk menjaga status sosial | 5, 21 | 13, 29 | 4 |
| Membeli karena model yang mengiklankannya | 6, 22 | 14, 30 | 4 |
| Membeli untuk meningkatkan rasa percaya diri | 7, 23 | 15, 31 | 4 |
| Membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda | 8, 24 | 16, 32 | 4 |
| Total item | 15 | 15 | 30 |

Keterangan: Item gugur bertanda (*)

Setelah item valid dan gugur diperoleh, peneliti lalu menyusun kembali skala dengan menggunakan item yang telah valid dengan mengubah urutan item yang ada. Sebaran item valid pada skala perilaku konsumtif dapat dilihat di tabel 4.4.

Tabel 4.4 Sebaran Item Skala Perilaku Konsumtif yang Telah Valid

| Indikator | Pernyataan | | Jumlah Item Valid |
|--|------------------|--------------------|-------------------|
| | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| Membeli karena tawaran hadiah yang menarik | 1, 17 | 9, 24 | 4 |
| Membeli karena kemasannya menarik | 2 | 10 | 2 |
| Membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi | 3, 18 | 11, 25 | 4 |
| Membeli karena potongan harga | 4, 19 | 12, 26 | 4 |
| Membeli untuk menjaga status sosial | 5, 20 | 13, 27 | 4 |
| Membeli karena model yang mengiklankannya | 6, 21 | 14, 28 | 4 |
| Membeli untuk meningkatkan rasa percaya diri | 7, 22 | 15, 29 | 4 |
| Membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda | 8, 23 | 16, 30 | 4 |
| Total item | 15 | 15 | 30 |

2. Uji Coba Skala Kontrol Diri

Skala ini mempunyai item berjumlah 24. Setelah dilakukan uji validitas sebanyak dua putaran dengan taraf signifikansi 5% terhadap 64 responden yaitu sebanyak 0,2075 kemudian berubah menjadi 19 item.

Pada putaran pertama terdapat lima item yang gugur dan item yang valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,842 sehingga perlu dilakukan putaran kedua. Lalu pada putaran kedua, tidak ada item yang gugur dan item yang valid tetap pada jumlah 19 dengan koefisien reliabilitas menjadi 0,871. Nilai koefisien validitas bergerak antara 0,225-0,722.

Pada skala ini item yang ada dapat dikatakan valid karena memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,871 sehingga bisa digunakan pada penelitian ini. Sebaran item valid dan yang gugur dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kontrol Diri

| Aspek | Favorable | Unfavorable | Jumlah Item Valid |
|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Kontrol Perilaku | 1, 7, 13, 19* | 4, 10, 16, 22 | 7 |
| Kontrol Kognitif | 2*, 8*, 14*, 20 | 5*, 11, 17, 23 | 4 |
| Kontrol Keputusan | 3, 9, 15, 21 | 6, 12, 18, 24 | 8 |
| Total item | 8 | 11 | 19 |

Keterangan: Item gugur bertanda (*)

Setelah item valid dan gugur diperoleh, peneliti lalu menyusun kembali skala dengan menggunakan item yang telah valid dengan mengubah urutan item yang ada. Sebaran item valid pada skala perilaku konsumtif dapat dilihat di tabel 4.6.

Tabel 4.6 Sebaran Item Skala Kontrol Diri yang Telah Valid

| Aspek | Favorable | Unfavorable | Jumlah Item Valid |
|-------------------|--------------|--------------|-------------------|
| Kontrol Perilaku | 1, 5, 10 | 3, 7, 12, 17 | 7 |
| Kontrol Kognitif | 15 | 8, 13, 18 | 4 |
| Kontrol Keputusan | 2, 6, 11, 16 | 4, 9, 14, 19 | 8 |
| Total item | 8 | 11 | 19 |

4.4. Pengumpulan Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan melalui *Google Form* dan disebar sejak tanggal 6 Desember 2019 pada pukul 18.00 WIB dan ditutup pada tanggal 10 Desember 2019 pada pukul 18.00 WIB. Alasan peneliti memilih menggunakan *Google Form* dalam penyebaran skala adalah agar penelitian yang dilakukan lebih praktis dan dapat lebih menjangkau responden yang ada mengingat kriteria penelitian yang spesifik dan kancah penelitian yang cukup luas. Skala yang ada disebar kepada para responden melalui *LINE* dan *Whatsapp* melalui grup kelas maupun organisasi kemudian untuk sisanya disebar melalui *Twitter* dan *Instagram*. Dari banyaknya data responden yang telah masuk, yaitu 275 responden, 12 diantaranya gugur dalam kriteria penelitian dan sisanya sejumlah 263 responden sesuai dengan kriteria penelitian.

