

BAB 4

LAPORAN PENELITIAN

4.1. Orientasi Kancah Penelitian

Penelitian tentang hubungan antara *contingent self-esteem* dengan *compulsive buying* pada mahasiswa generasi milenial dilaksanakan secara *online*. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa generasi milenial, yang dimaksud mahasiswa generasi milenial dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang berusia 20 hingga 40 tahun pada tahun 2020.

Universitas Katolik Soegijapranata merupakan Perguruan Tinggi Swasta Katolik yang didirikan pada tanggal 5 Agustus 1982. Letak Universitas Katolik Soegijapranata ada di Jalan Pawiyatan Luhur IV/1, Bendan Duwur, Semarang. Universitas Katolik Soegijapranata memiliki perpustakaan dengan koleksi buku, jurnal, dan koleksi digital yang cukup beragam dan berguna untuk keperluan pelajar, pendidik, atau orang-orang yang ingin melakukan penelitian, mengembangkan pengetahuan, keahlian maupun teknologi (Unika Soegijapranata, 2020). Menurut data laporan tahun 2019/2020 ganjil Universitas Katolik Soegijapranata memiliki 29 program studi (progdi), dengan jumlah mahasiswa 9.453 mahasiswa (PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, 2020).

Indonesia merupakan negara yang mengalami perkembangan pesat dalam bidang *ecommerce* dalam beberapa tahun terakhir (Putri & Iriani, 2019). Menurut survei yang dilakukan oleh Ipsos (2018) diketahui bahwa pengguna media dagang *online* di Indonesia sebesar 64% adalah generasi milenial. Selain itu menurut penelitian tentang konsumen *ecommerce* di Indonesia yang dilakukan oleh

Ahmadi, Sunyoto, dan Ardiansari (2018), serta Putri dan Iriani (2019) menemukan bahwa sebagian besar dari pelaku perdagangan *online* adalah mahasiswa generasi milenial.

Pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa adalah sebagai berikut :

1. Masih kurangnya penelitian yang bertema *compulsive buying* dan *contingent self-esteem* di Indonesia, dan belum ada penelitian tentang *compulsive buying* dan *contingent self-esteem* di Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Peneliti menemukan beberapa mahasiswa yang memiliki kecenderungan *compulsive buying* yang kemudian menimbulkan masalah pada finansial serta hubungan sosial mereka.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan subjek mahasiswa.

4.2. Persiapan Pengumpulan Data Penelitian

4.2.1. Observasi dan Wawancara

Peneliti melakukan observasi kepada mahasiswa-mahasiswa yang peneliti kenal pada tanggal 24 Agustus 2019 hingga 23 Oktober 2019, observasi ini peneliti lakukan dengan tujuan untuk mencari tahu bila ada mahasiswa generasi milenial di Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki gejala *compulsive buying*. Pada tanggal 24 Agustus 2019 hingga 23 Oktober 2019 itu pula peneliti mewawancarai lima mahasiswa dan satu mahasiswi yang memiliki gejala *compulsive buying* seperti membeli barang-barang yang tidak diperlukan, memiliki masalah utang akibat dari belanja barang-barang yang tidak dibutuhkan, dan kesulitan mengendalikan dorongan untuk berbelanja. Hasil dari wawancara tersebut peneliti gunakan sebagai data-data permasalahan pada bab 1.

4.2.2. Penyusunan Alat Ukur

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan skala sebagai alat pengumpulan data. Skala yang peneliti gunakan adalah *compulsive buying scale* untuk skala yang *compulsive buying*, serta *factor loadings for the competence and relational self-esteem scales* sebagai skala untuk mengukur *contingent self-esteem*. Skala-skala tersebut peneliti adaptasi ke dalam bahasa Indonesia dengan penambahan beberapa item, untuk mengantisipasi perbedaan hasil validitas maupun reliabilitas item pada skala akibat dari perbedaan bahasa maupun budaya. Penyusunan skala berdasarkan aspek-aspek dari setiap variabel sudah dibahas dalam landasan teori pada bab dua.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala tertutup. Subjek diwajibkan memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia dan menurut subjek paling sesuai dengan kondisinya.

4.2.2.1. Skala *Compulsive Buying*

Skala *compulsive buying* merupakan skala Likert yang terdiri dari 39 item (20 item *favorable* dan 19 item *unfavorable*) yang disusun berdasarkan lima aspek yaitu, *tendency to spend*, *compulsion/drive to spend*, *feelings (joy) about shopping and spending*, *dysfunctional spending*, dan *post-purchase guilt*.

Pada skala *compulsive buying* terdapat dua jenis item yaitu, item *favorable* dan item *unfavorable*. Alat ini berupa skala *Likert*, dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS) hingga Sangat Sesuai (SS). Pemberian skor pada item *favorable* yaitu: Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1 hingga Sangat Sesuai (SS) diberi skor 5. Sedangkan pada item *unfavorable* skor diberikan

sebagai berikut: Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 5 hingga Sangat Sesuai (SS) diberi skor 1.

Distribusi sebaran item untuk skala *compulsive buying*, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1. Distribusi Sebaran Item Skala *Compulsive Buying*

Dimensi	ITEM		JUMLAH
	FAVORABLE	UNFAVORABLE	
<i>Tendency to spend</i>	1, 6, 24, 35, 41, 42, 44, 60	-	8
<i>Compulsion/drive to spend</i>	3, 10, 19, 23, 31, 53, 55	16	8
<i>Feelings (joy) about shopping and spending</i>	4, 45, 48, 57	12, 34, 62	7
<i>Dysfunctional spending</i>	18, 38, 39, 52, 61, 64	14, 63	8
<i>Post-purchase guilt</i>	7, 13, 20, 50	8, 22, 27, 29	8
TOTAL	29	10	39

4.2.2.2. Skala *Contingent Self-Esteem*

Skala *contingent self-esteem* merupakan skala Likert yang terdiri dari 26 item yang terdiri dari dua aspek yaitu, aspek *self-esteem* berdasarkan relasi dan *self-esteem* berdasarkan kompetensi. Alat ini berupa skala Likert, dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS) hingga Sangat Sesuai (SS).

Pemberian skor pada item yaitu: Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1 hingga Sangat Sesuai (SS) diberi skor 5.

Distribusi sebaran item untuk skala *contingent self-esteem*, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2. Distribusi Sebaran Item Skala *Contingent Self-esteem*

ASPEK	ITEM	JUMLAH
<i>Self-esteem</i> berdasarkan kompetensi	2, 25, 28, 32, 33, 36, 43, 46, 49, 51, 59, 65	12
<i>Self-esteem</i> berdasarkan relasi	5, 9, 11, 15, 17, 21, 26, 30, 37, 40, 47, 54, 56, 58	14
TOTAL	26	26

4.2.3. Uji Coba Alat Ukur

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *try out* terpakai, sehingga dalam penelitian ini tidak ada uji coba alat ukur. Alasan peneliti menggunakan *try out* terpakai adalah karena adanya wabah COVID-19 peneliti menjadi kesulitan dalam mencari mahasiswa generasi milenial Unika Soegijapranata yang pernah berbelanja secara *online* paling tidak sebanyak satu kali dalam sebulan terakhir dan bersedia mengisi skala secara langsung.

4.3. Perizinan Penelitian

Pengambilan data untuk penelitian ini telah mendapatkan izin penelitian dengan adanya surat keterangan penelitian yang dikeluarkan oleh Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata dengan nomor 0178/B.7.3/FP/XI/2020.

4.4. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 2 Juli 2020 hingga 17 Juli 2020 secara *online* dengan menggunakan Google Formulir. Skala yang disebarakan merupakan skala *compulsive buying* (39 item) dan skala *contingent self-esteem*

(26 item) dalam satu Google Formulir sehingga total item skala tersebut sebanyak 65 item. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk proses pengambilan sampel adalah *snowball sampling*. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Unika Soegijapranata yang berusia antara 20 hingga 40 tahun pada tahun 2020 (generasi milenial), dan memiliki kecenderungan *compulsive buying*. Berikut detail pelaksanaan penelitian.

Penyebaran skala dilakukan secara *online* kepada mahasiswa dengan menggunakan Google Formulir. Penyebaran skala dilakukan pada tanggal 2 Juli 2020 hingga 12 Juli 2020 namun karena peneliti hanya mendapat 24 data subjek yang dapat digunakan, maka pada tanggal 14 Juli 2020 peneliti menyebarkan skala lagi hingga tanggal 17 Juli 2020 terkumpul 58 data subjek yang dapat dipakai. Total data subjek penelitian yang terkumpul adalah sebanyak 100 orang, sebanyak 42 data subjek tidak dapat digunakan sebab sebanyak 28 subjek berusia di bawah 20 tahun, dan 14 subjek lainnya tidak melakukan kegiatan belanja *online* setidaknya sebanyak satu kali dalam sebulan terakhir, sehingga total data subjek yang dapat digunakan hanya sebanyak 58 orang.

Hambatan yang dialami peneliti dalam penelitian ini adalah peneliti tidak dapat mengawasi secara langsung pengisian skala penelitian ini, dikarenakan PSBB dan pengambilan data dilakukan secara *online* serta tidak melakukan kontrol pada usia dan intensitas pembelian, sehingga ada sejumlah subjek yang terpaksa dikeluarkan (digugurkan) sebagai subjek penelitian.

4.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*, dan selanjutnya dikoreksi menggunakan analisis *part whole*. Pengujian reliabilitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Item pada

alat ukur dinyatakan valid apabila memiliki r hitung lebih besar dari r tabel, tetapi jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item tersebut akan dinyatakan gugur. Penelitian ini memiliki responden sebanyak 58 orang, sehingga r tabel pada penelitian sebesar 0,2586.

4.4.1. Skala *Compulsive Buying*

Uji validitas dilakukan terhadap 39 item dan diperoleh hasil 28 item valid dan 11 item gugur. Skala *compulsive buying* ini memiliki nilai $r \geq 0,2586$ (koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,2586) dengan taraf signifikansi 5%. Hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,923. Berikut detail sebaran item yang valid dan gugur dari skala *compulsive buying*.

Tabel 4.3. Sebaran Item Valid Skala *Compulsive Buying*

Dimensi	ITEM		JUMLAH	
	FAVORABLE	UNFAVORABLE	GUGUR	VALID
<i>Tendency to spend</i>	1, 6, 24, 35, 41, 42, 44, 60	-	0	8
<i>Compulsion/drive to spend</i>	3, 10, 19, 23, 31, 53, 55	16*	1	7
<i>Feelings (joy) about shopping and spending</i>	4, 45, 48, 57	12, 34*, 62	1	6
<i>Dysfunctional spending</i>	18, 38, 39, 52, 61, 64*	14, 63*	2	6
<i>Post-purchase guilt</i>	7*, 13*, 20*, 50	8*, 22*, 27*, 29*	7	1
TOTAL	29	10	11	28

Keterangan : * = item gugur

4.4.2. Skala *Contingent Self-Esteem*

Uji validitas dilakukan terhadap 39 item dan diperoleh hasil 28 item valid dan 11 item gugur. Skala *contingent self-esteem* ini memiliki nilai $r \geq 0,2586$ (koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,2586) dengan taraf signifikansi 5%. Hasil

uji reliabilitas menunjukkan koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,852. Berikut detail sebaran item yang valid dan gugur dari skala *contingent self-esteem*.

Tabel 4.4. Sebaran Item Valid Skala *Contingent Self-esteem*

ASPEK	ITEM	JUMLAH	
		GUGUR	VALID
<i>Self-esteem</i> berdasarkan kompetensi	2*, 25*, 28, 32, 33, 36, 43*, 46*, 49*, 51, 59*, 65	6	6
<i>Self-esteem</i> berdasarkan relasi	5, 9, 11, 15, 17, 21, 26*, 30, 37*, 40, 47, 54, 56, 58	2	12
TOTAL	26	8	18

Keterangan : * = item gugur

