

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif karena dalam mengkaji permasalahan, peneliti membuktikan hipotesis yang dibuat sebelum penelitian secara numerik. Menurut Sugiyono (2014, hal.14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian berfungsi untuk menentukan alat pengumpul dan teknik analisis data yang digunakan. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas : Harga Diri
2. Variabel tergantung : Perilaku Konsumtif dalam Membeli Sepatu Sneakers Branded Pada Mahasiswa

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional menurut Setyorini dan Wibhowo (2008, h. 11)

merupakan semacam petunjuk pelaksanaan dalam mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1. Harga Diri

Harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara negatif atau positif yang dipengaruhi oleh hasil hubungan antara orang-orang di lingkungannya, baik dari sikap, penerimaan, penghargaan ataupun orang lain terhadap dirinya. Pengukuran harga diri akan menggunakan alat ukur yaitu Skala Harga Diri didasarkan pada komponen harga diri terdiri dari Perasaan diterima (*Feeling Of Belonging*), Perasaan Mampu (*Feeling Of Competence*), Perasaan Berharga (*Feeling Of Worth*). Semakin rendah skor yang diperoleh subjek, berarti semakin tinggi harga diri pada seseorang, dan sebaliknya.

3.3.2. Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Sepatu Sneakers Branded Pada Mahasiswa

Perilaku konsumtif dalam membeli sepatu sneakers branded pada mahasiswa adalah perilaku seseorang yang memiliki kecenderungan melakukan pembelian berlebihan, tanpa batas, dan tidak terencana. Perilaku kalangan mahasiswa tersebut tanpa berpikir secara rasional, impulsif, dan berlebihan, hanya karena gengsi, ikut-ikutan, dan mengikuti trend masa kini. Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan Skala Perilaku Konsumtif dalam Membeli *Sneakers Branded* yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif, meliputi aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, aspek pembelian yang berlebihan. Semakin tinggi skor yang didapat subjek maka semakin tinggi perilaku konsumtif dalam membeli *sneakers branded* pada seseorang, dan juga sebaliknya.

3.4. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Penentuan subjek dalam suatu penelitian menjadi suatu hal yang amat penting karena dengan menentukan subjek seluruh kegiatan penelitian dapat terarah. Penentuan subjek juga berkaitan dengan metode penelitian yang digunakan untuk memecahkan permasalahan - permasalahan dalam penelitian. Populasi adalah sejumlah individu yang mempunyai satu ciri atau sifat sama (Azwar, 2014, h. 77). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 aktif, yang memiliki karakteristik umur 18-25 tahun dan belum bekerja.

3.4.2. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi dan teknik pengambilan sampel adalah cara untuk menentukan sampel yang akan dijadikan data. Sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi bertujuan agar diperoleh sampel representatif yang benar-benar memiliki populasi. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Snowball Sampling*. *Snowball Sampling* (bola salju) adalah suatu metode dalam mengambil sampel, mengidentifikasi, dan memilih suatu jaringan atau rantai hubungan yang terus-menerus. Jaringan tersebut dapat digambarkan berupa lingkaran-lingkaran yang dihubungkan dengan garis-garis. Satu responden atau kasus diwakili setiap lingkaran dan garis-garis menunjukkan hubungan antar responden, Neuman (dalam Nurdiani, 2014). Metode sampling ini dengan cara proses bergulir dari satu responden ke responden lainnya, untuk menjelaskan pola-pola sosial atau komunikasi suatu komunitas tertentu (Nurdiani, 2014).

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengambilan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode skala. Azwar (2017) mengungkapkan bahwa metode skala adalah suatu metode penelitian yang menggunakan daftar pernyataan yang berisi aspek-aspek yang akan diukur, yang harus dijawab atau dikerjakan oleh subyek, dan ditulis menurut kaidah tertentu dan perlu diuji melalui analisis empiris sehingga dapat diperoleh suatu bentuk alat ukur yang reliabel dan valid.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini bersifat langsung, yaitu daftar pertanyaan langsung diberikan kepada responden. Skala yang akan disajikan dibedakan menjadi dua kelompok item, yaitu item *favourable* dan item *unfavourable*. Item *favourable* adalah item yang isinya mendukung, memihak atau menunjukkan ciri adanya atribut yang diukur, sedangkan item *unfavourable* adalah item yang isinya tidak mendukung atau tidak menggambarkan ciri atribut yang diukur.

Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu Skala Harga Diri dan Skala Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Sepatu Sneakers Branded Pada Mahasiswa. Penjelasan dari dua skala ini adalah :

3.5.2 Blue Print dan Cara Penilaiannya

1. Skala Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Sepatu *Sneakers Branded* Pada Mahasiswa

Skala perilaku konsumtif ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya

perilaku konsumtif dalam membeli sepatu *sneakers branded* pada mahasiswa yang aspeknya terdiri dari pembelian *impulsif*, pembelian tidak rasional, dan pembelian yang berlebihan. Skala ini menggunakan model Likert berdasarkan aspek perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pembelian yang berlebihan.

Skala perilaku konsumtif akan dijawab oleh subjek dan diberikan dalam bentuk pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi subjek saat itu. Skala akan terbagi menjadi dua pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable* serta memiliki nilai pada setiap alternatif jawaban yang ada.

Tabel 3.1. Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Sepatu *Sneakers Branded* Pada Mahasiswa

Aspek	Jumlah Item		Total
	Favorable	Unfavorable	
Pembelian <i>Impulsif</i>	4	4	8
Pembelian Tidak Rasional	4	4	8
Pembelian Berlebihan	4	4	8
Total	12	12	24

2. Skala Harga Diri

Skala harga diri ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya harga diri yang komponennya terdiri dari Perasaan diterima (*Feeling Of Belonging*), Perasaan Mampu (*Feeling Of Competence*), Perasaan Berharga (*Feeling Of Worth*) Skala ini menggunakan model Likert berdasarkan komponen harga diri yaitu Perasaan diterima (*Feeling Of Belonging*), Perasaan Mampu (*Feeling Of Competence*), Perasaan Berharga (*Feeling Of Worth*).

Skala harga diri akan dijawab oleh subjek dan diberikan dalam bentuk pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi subjek saat itu. Skala akan terbagi

menjadi dua pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable* serta memiliki nilai pada setiap alternatif jawaban yang ada.

Tabel 3.2. Blue Print Skala Harga Diri

Aspek	Jumlah Item		Total
	Favorable	Unfavorable	
Perasaan Diterima	4	4	8
Perasaan Mampu	4	4	8
Perasaan Berharga	4	4	8
Total	12	12	24

Sistem skoring dalam dua skala di atas menggunakan nilai 1 sampai 4, dimana pada setiap pernyataan yang bersifat positif atau *favourable* dan negatif atau *unfavourable*. Pernyataan *favourable* terdiri dari jawaban Sangat Sesuai (SS), mempunyai nilai 4, Sesuai (S) mempunyai nilai 3, Tidak Sesuai (TS) mempunyai nilai 2 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) mempunyai nilai 1. Sebaliknya untuk pernyataan yang bersifat negatif atau *unfavourable*, jawaban Sangat Sesuai (SS) mempunyai nilai 1, Sesuai (S) mempunyai nilai 2, Tidak Sesuai (TS) mempunyai nilai 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) mempunyai nilai 4.

3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Dalam setiap penelitian selalu diharapkan bahwa hasil yang diperoleh adalah benar-benar objektif, yang artinya hasil yang diperoleh merupakan hal yang sesungguhnya dari masalah yang diteliti. Dengan demikian dalam setiap penelitian diperlukan suatu alat ukur yaitu uji validitas dan reliabilitas alat ukur.

3.6.1. Uji Validitas

Azwar (2014) mengungkapkan bahwa validitas adalah seberapa akurat skala yang digunakan dalam penelitian, agar menghasilkan data yang nantinya

akan digunakan untuk mencapai tujuan ukurnya. Alat tes dapat dikatakan memiliki validitas tinggi apabila alat tes tersebut mampu memberikan hasil ukur yang tepat dan sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam pengukuran validitas pada skala perilaku skala harga diri dan skala perilaku konsumtif dalam membeli sepatu *sneakers branded*, yaitu dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*.

Dalam penelitian ini, digunakan dua skala yaitu skala perilaku konsumtif dalam membeli sepatu *sneakers branded* pada mahasiswa dan skala harga diri yang memunculkan angka korelasi yang perlu dikoreksi untuk menghindari adanya kelebihan bobot. Kelebihan bobot terjadi karena skor item yang dikorelasikan dengan skor total ikut sebagai komponen skor total dan hal ini akan menyebabkan angka koefisien korelasi yang dipengaruhi lebih besar dan untuk mengoreksi kelebihan bobot tersebut digunakan Teknik *Part Whole*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program komputer *Statistical Package Social Sciences (SPSS) for windows versi 20*.

3.6.2. Uji Reliabilitas Alat

Azwar (2014) mengungkapkan bahwa pengujian reliabilitas terhadap hasil ukur skala psikologi dilakukan bilamana item-item yang terpilih lewat prosedur analisis item dikorelasikan menjadi satu. Reliabilitas sebenarnya mengacu kepada konsisten atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran.

Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas skala harga diri dan skala perilaku konsumtif dalam membeli sepatu *sneakers branded* digunakan teknik Koefisien *Alpha* dari *Cronbach*. Teknik perhitungannya dilakukan dengan

menggunakan program komputer *Statistical Package Social Sciences (SPSS) for windows versi 20*.

3.7. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik yang sesuai untuk mengelola data adalah menggunakan teknik korelasi *Product Moment* karena bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variabel (variabel bebas dan variabel tergantung).

