

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2014). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional, yakni untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Peneliti ingin menguji hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini melibatkan dua variabel, yakni variabel bebas dan variabel tergantung. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

Variabel tergantung : Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir

Variabel bebas : Harga Diri

3.2.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.2.2.1. Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir

Perilaku konsumtif pada remaja akhir adalah tindakan membeli suatu barang atau jasa secara berlebihan yang dilakukan oleh seseorang berusia 16 atau 17 tahun sampai dengan 18 tahun tanpa pertimbangan rasional, melainkan irasional guna memenuhi hasrat atau keinginan semata. Variabel perilaku konsumtif akan diungkap dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari indikator membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda). Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek dalam skala maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif yang dialami, demikian juga sebaliknya.

3.2.2.2. Harga Diri

Harga diri merupakan penilaian terhadap diri sendiri secara menyeluruh baik itu positif maupun negatif, di mana hasil evaluasi tersebut didapat dari proses interaksi antar individu lainnya. Variabel harga diri diukur dengan skala aspek-aspek harga diri yang terdiri dari *power* (Kekuasaan atau kekuatan), *significance* (keberartian), *virtue* (Kebajikan), *competence* (kompetensi). Semakin tinggi skor yang diperoleh maka harga diri subjek semakin tinggi begitu pula sebaliknya.

3.3. Subjek Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh, gejala, nilai tes serta peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Nawawi, 1990). Ciri populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI dan XII, tercatat aktif sebagai siswa SMA Negeri 9 Semarang.

3.3.2. Sampling

Sampel adalah sub-unit populasi survei atau populasi survei itu sendiri, Dengan kata lain sampel adalah elemen-elemen populasi yang dipandang oleh peneliti dapat mewakili populasi target (Danim, 2000). Pada penelitian ini sampel yang akan diambil menggunakan *Cluster Sampling*. *Cluster Sampling* adalah teknik dimana tidak memilih individu-individu sebagai anggota unit sampel, tetapi memilih rumpun-rumpun populasi sebagai anggota unit populasi (Bungin, 2005).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam hal penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2014). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu nilai dari perubahan yang dapat dinyatakan dalam angka, indeks dan skala yang bersifat statistik (Sumarsono, 2004). Bentuk dari teknik ini berupa himpunan angka atau simbol atau lambang yang disusun secara berjenjang yakni mulai dari yang sangat sesuai atau sangat mendukung (*favorable*) hingga yang sangat tidak sesuai atau sangat tidak mendukung (*unfavorable*). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Harga Diri.

3.4.2. *Blueprint* dan Cara Penilaiannya

Penelitian ini menggunakan dua macam skala yakni menggunakan Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Harga Diri. Item-item yang terdapat dalam skala ini terdiri dari dua bentuk, yakni item yang mendukung (*favorable*) dan item yang tidak mendukung (*unfavorable*). Skala perilaku konsumtif dan harga diri memiliki empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak sesuai (STS). Sistem skoring dalam skala ini membedakan item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Nilai dari skala perilaku konsumtif dan harga diri ini berskala empat yaitu item yang bersifat *favorable* (pernyataan yang mendukung) ,jawaban Sangat Sesuai (SS) bernilai 4, Sesuai (S) bernilai 3, Tidak Sesuai (TS) bernilai 2 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai 1, sedangkan untuk tiap pernyataan yang bersifat *unfavorable* (pernyataan yang tidak mendukung) adalah : Sangat Sesuai (SS) bernilai 1, Sesuai (S) bernilai 2, Tidak Sesuai (TS) bernilai 3 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai 4.

a. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perilaku konsumtif pada remaja dan skala ini disusun berdasarkan indikator perilaku konsumtif dari Sumartono (2002), yaitu :

Tabel 3.1. *Blueprint* skala perilaku konsumtif

No	Indikator	Jumlah Item		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Membeli produk karena iming-iming	2	2	4
2	Membeli produk karena kemasannya menarik	2	2	4
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	2	2	4
4	Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).	2	2	4
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.	2	2	4
6	Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.	2	2	4
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	2	2	4
8	Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).	2	2	4
Total		16	16	32

b. Skala Harga Diri

Skala yang mengungkap tentang harga diri ini disusun berdasarkan aspek harga diri yang diungkapkan oleh Coopersmith (dikutip Naarasati & Astuti, 2019), yaitu :

Tabel 3.2. *Blueprint* skala harga diri

No	Aspek-Aspek	Jumlah Item		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Power</i> (Kekuasaan atau kekuatan)	4	4	8
2	<i>Significance</i> (keberartian)	4	4	8
3	<i>Virtue</i> (Kebajikan)	4	4	8
4	<i>Competence</i> (kompetensi)	4	4	8
Total		16	16	32

3.4.3. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.4.3.1 Validitas alat ukur

Sebuah instrumen dapat dikatakan valid jika instrumen itu benar adanya dan dapat dijadikan alat untuk mengukur apa yang diukur (Danim, 2000). Validitas

bertujuan untuk mengumpulkan data kuantitatif dengan menggunakan tes sebagai alat pengukuran, validitasnya diukur menggunakan perhitungan statistika berupa teknik korelasi (Nawawi, 1990). Teknik korelasi yang digunakan dalam uji validitas adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson yang selanjutnya dikoreksi dengan teknik *Part Whole* untuk mendapatkan skor murni validitas item.

3.4.3.2. Reliabilitas alat ukur

Reliabilitas adalah terjemahan dari kata *reliability* yang memiliki asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas sebagai pengukuran yang reliabel, konsep dalam hal ini merupakan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 1997). Reliabilitas alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan atau keajegan alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu. Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah teknik *Alpha Cronbach*.

3.5. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, dilakukan dengan tujuan untuk menyederhanakan hasil olahan data sehingga mudah dibaca atau diinterpretasikan, dan data yang diperoleh akan diolah menggunakan analisis statistika dapat memberikan hasil yang objektif. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment*. *Korelasi Product Moment* dipakai untuk mencari ada atau tidaknya hubungan antara harga diri sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif pada remaja akhir sebagai variabel tergantung.