

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini lebih menggunakan analisis data berupa angka dan diolah menggunakan analisis statistika (Azwar, 2017). Variabel dalam penelitian kuantitatif akan diidentifikasi secara jelas dan terukur. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional, yaitu penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

### **3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian menurut Sugiyono (dalam Aditya, 2008) adalah segala hal yang berbentuk dan ditetapkan oleh peneliti dalam melakukan studi dan dipelajari untuk memperoleh informasi tentang hal tersebut. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa
2. Variabel Bebas : Harga Diri

#### **3.2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

1. Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang dilakukan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang atau jasa yang

dimana hal tersebut bukan prioritas kebutuhannya. Perilaku konsumtif pada penelitian ini akan diungkap menggunakan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari aspek perilaku konsumtif, yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang untuk menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, dan barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda. Semakin tinggi skor, maka tingkat perilaku konsumtif semakin tinggi, demikian juga sebaliknya.

## 2. Harga Diri

Harga diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri dan juga hasil dari suatu proses individu dalam interaksi dengan lingkungan. Harga diri pada penelitian ini akan diungkap menggunakan skala harga diri yang terdiri dari aspek harga diri yaitu: *Significance* (keberartian), *Power* (kekuatan), *Virtue* (kebajikan), *Competence* (kemampuan). Semakin tinggi skor, maka tingkat harga diri juga semakin tinggi, demikian juga sebaliknya.

### 3.3 Populasi dan *Sampling*

#### 3.3.1 Populasi

Populasi penelitian adalah sebuah kelompok subjek yang akan digeneralisasi hasil penelitian dan memiliki karakteristik yang sama sebagai bentuk pembeda dari kelompok subjek yang lain (Azwar, 2017, h.109). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Semarang

#### 3.3.2 *Sampling*

Sampel adalah bagian yang mewakili karakteristik dari populasi secara lengkap atau tidak (Azwar, 2017, h.112). Teknik *sampling* yang digunakan untuk mengambil sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sugiyono (dikutip dalam Radyaqa, 2017) mengemukakan bahwa teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai kriteria sampel yang diinginkan.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala. Terdapat dua jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini. Skala yang pertama adalah skala untuk mengukur variabel tergantung, yaitu perilaku konsumtif. Skala kedua adalah skala yang

digunakan untuk mengukur variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu harga diri.

#### 1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu:

1. Membeli barang karena hadiah yang menarik
2. Membeli barang karena kemasannya yang menarik
3. Membeli barang karena untuk menjaga harga diri
4. Membeli barang karena ada program potongan harga
5. Membeli barang untuk menjaga status sosial
6. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang
7. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi
8. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda

Skala ini mengungkapkan tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari skor yang diperoleh dari setiap subjek. Semakin tinggi skor maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya semakin rendah skor maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa. Skala perilaku konsumtif ini terdiri dari 36 pernyataan dan semuanya merupakan pernyataan positif (favorable). Kategori jawaban pada skala ini terdiri dari empat kategori, yaitu Sangat Sering (SS) dengan skor penilaian 3, Sering (S) dengan skor

penilaian 2, Jarang (J) dengan skor penilaian 1, dan Tidak Pernah (TP) dengan skor penilaian 0.

**Tabel 3.1. *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa**

Skala yang dipaka oleh peneliti dalam penelitian ini adalah skala harga diri menurut

Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	Item	Jumlah
	Favorable	
Membeli barang karena hadiah yang menarik	5	5
Membeli barang karena kemasannya yang menarik	3	3
Membeli barang karena untuk menjaga harga diri	5	5
Membeli barang karena ada program potongan harga	4	4
Membeli barang untuk menjaga status sosial	5	5
Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	6	6
Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	4	4
Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda	4	4
Jumlah		36

## 2. Skala Harga Diri

Skala yang digunakan untuk mengukur harga diri dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek harga diri, yaitu:

1. *Significance*
2. *Power*
3. *Virtue*
4. *Competence*

Skala harga diri ini terdiri dari 37 pernyataan yang diantaranya terdapat item pernyataan positif (*favorable*) 18 item dan pernyataan negatif (*unfavorable*) 19 item. Skala ini terdiri dari dua pilihan jawaban, yaitu ya dan tidak. Penilaian pada item favorable yaitu sebagai berikut: ya dengan skor 1 dan tidak dengan skor 0, dan penilaian pada item unfavorable yaitu sebagai berikut: ya dengan skor 0 dan tidak dengan skor 1. Berikut *blueprint* skala harga diri:

### **Tabel 3.2. *Blueprint* Skala Harga Diri**

Skala yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah skala harga diri menurut Gunawan, koefisien korelasi ( $r$ ) item total yang ditemukan dalam hasil *try out* yang dilakukan Gunawan adalah  $-0,180 - 0,797$  berdasarkan hasil *try out* ditemukan 37 item dari 58 item dengan kualitas baik, item yang gugur yaitu item nomor 2, 8, 15, 17, 18, 20, 23, 25, 26, 28, 31, 32, 36, 39, 43, 45, 49, 50, 53, 55, 57. Bentuk final skala harga diri yang terdiri dari 37 item memiliki koefisien reliabilitas *alpha* 0,899. Peneliti menggunakan item harga diri yang sudah valid menurut Gunawan.

Aspek-aspek Harga Diri	Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Significance</i>	2	3	5
<i>Power</i>	9	9	19
<i>Virtue</i>	2	1	3
<i>Competence</i>	5	6	11
Jumlah			37

### 3.4.2 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

#### 1. Validitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2017, h.149) menjelaskan bahwa validasi alat ukur perlu dilakukan untuk menilai adanya relevansi antar pernyataan dengan tujuan untuk mengkaji apakah skala yang dipakai telah komprehensif sesuai dengan informasi yang akan digali. Dalam penelitian ini, validitas diukur dengan cara menghitung korelasi antara skor yang terdapat pada setiap item dengan skor total. Validitas diukur menggunakan *product moment* untuk melihat korelasi kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan dikoreksi menggunakan korelasi *Part-Whole*.

#### 2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Matondang (2009), reliabilitas atau *reliability* merupakan sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya. Pada penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan teknik korelasi *Alpha Cronbach*. Untuk mempermudah pengukuran, penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26.

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis hubungan atau *product moment* dari Pearson yakni teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel yaitu harga diri dengan perilaku konsumtif. Perhitungan analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) Versi 26.

