

BAB 4

PELAKSANAAN PENGUMPULAN DATA PENELITIAN

4.1 Orientasi Kancan Penelitian

Langkah awal untuk penelitian ini yaitu menentukan tempat di mana penelitian tersebut akan dilaksanakan dan mempersiapkan segala yang dibutuhkan agar sesuai dengan rencana. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai universitas yang ada di kota Semarang, Jawa Tengah dengan berdasarkan kategori usia dan memiliki karakteristik berperilaku konsumtif, peneliti mendapati 88 subjek. Di kota Semarang, terdapat 63 perguruan tinggi baik swasta maupun negeri yang terdiri dari 24 Akademi, 2 Institut, 2 Politeknik, 23 Sekolah Tinggi, 12 Universitas, dan total mahasiswa dari berbagai perguruan di kota Semarang yaitu 29.312 mahasiswa. Alasan peneliti memilih kancan penelitian ini karena berdasarkan pengamatan peneliti selama berkuliah banyak orang-orang sekitar yang memiliki lingkaran pertemanan yang membuat mereka menghabiskan uangnya dengan membeli produk fasion bermerk bertujuan untuk meningkatkan kualitas harga diri, mengikuti tren, ingin mendapatkan pengakuan, status sosial, keinginan, dan kepuasan, namun hal tersebut tidak didukung dengan finansial yang memadai, maka dari itu peneliti ingin menguji secara empirik hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

4.2 Persiapan Pengumpulan Data Penelitian

4.2.1. Pemilihan Subjek Penelitian

Peneliti memilih mahasiswa di berbagai universitas di Semarang dengan rentang usia 18 sampai 22 tahun yang sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Santrock. Mahasiswa yang usia 18 sampai 22 tahun banyak menghabiskan waktu lebih sering bersama teman sebaya daripada bersama keluarga. Mahasiswa sudah memasuki tahap remaja, ciri-cirinya yaitu: dirinya ingin menjadi pusat perhatian, idealis, memiliki cita-cita tinggi, ingin menonjolkan dirinya, dan berusaha menetapkan identitas diri. Lalu dengan perkembangan zaman yang semakin modern ini mempermudah para remaja mengakses dunia luar terutama dalam hal membeli barang apa saja yang ia inginkan. Hal ini membuka peluang untuk para mahasiswa menjadi sering membeli barang agar bisa menonjolkan diri dan menjadi pusat perhatian untuk teman-temannya namun barang-barang yang dibeli bukan merupakan sebuah kebutuhan tetapi hanya sekedar keinginan saja.

4.2.2. Perijinan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti membuat *informed consent* setelah mengisi biodata untuk menyatakan setuju dan berkenan untuk mengikuti serta menjawab dari semua pertanyaan yang peneliti ajukan.

4.2.3. Penyusunan Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa skala. Peneliti menggunakan dua skala yaitu skala perilaku konsumtif dan skala harga

diri. Kedua skala disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh ahli yang sudah dijelaskan dalam landasan teori.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini disusun berdasarkan delapan aspek perilaku konsumtif, yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasan yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga harga 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 akan menambah nilai percaya diri yang lebih tinggi, dan 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. Sebaran item skala perilaku konsumtif adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1 Sebaran Item Skala Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

No	Aspek	Item Fav	Total
1	Membeli barang karena hadiah yang menarik	1, 2, 3, 4, 5	5
2	Membeli barang karena kemasannya yang menarik	6, 7, 8	3
3	Membeli barang karena untuk menjaga harga diri	9, 10, 11, 12, 13	5
4	Membeli barang karena ada program potongan harga	14, 15, 16, 17	4
5	Membeli barang yang dianggap menjaga status sosial	18, 19, 20, 21, 22	5
6	Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	23, 24, 25, 26, 27, 28	6
7	Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	29, 30, 31, 32	4
8	Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda	33, 34, 35, 36	4
Total			36

2. Skala Harga Diri

Skala harga diri disusun berdasarkan empat aspek harga diri, yaitu *power* (kekuatan), *significance* (keberartian), *virtue* (kebajikan), *competence* (kemampuan). Skala ini mengungkapkan tinggi rendahnya harga diri pada mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari skor yang diperoleh dari setiap subjek. Semakin tinggi skor maka akan

semakin tinggi harga dirinya, begitu pula sebaliknya semakin rendah skor makan semakin rendah harga diri pada mahasiswa. Skala harga diri ini terdiri dari 37 pernyataan, 18 *favorable* dan 19 item *unfavorable*. 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. Sebarang item skala harga diri sebagai berikut.

Tabel 4.2 Sebaran Item Skala Harga Diri Menurut Gunawan

NO	Aspek	Item		Jumlah
		Fav	Unfav	
1	Power (Kekuatan)	1, 3	2, 4, 5	5
2	Significance (Keberartian)	6, 7, 8, 9, 15, 16, 17, 21, 22	10, 11, 12, 13, 14, 18, 19, 20, 23	19
3	Virtue (Kebajikan)	24, 25	26	3
4	Competence (Kemampuan)	27, 28, 34, 35, 36	29, 30, 31, 32, 33, 37	11
Total				37

Keterangan: jumlah setiap item jumlahnya berbeda karena item tersebut merupakan item valid menurut penelitian sebelumnya.

4.3 Uji Coba Alat Ukur

4.3.1. Proses Uji Coba Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan try out terpakai Peneliti mengambil data pada hari Rabu, 21 April 2020 pada pukul 18.00 WIB melalui media

aplikasi google form. Kemudian peneliti mendapatkan 88 subjek selama 1 hari penyebaran skala tersebut dan tepat pada hari Kamis, 22 April 2020 pada pukul 14.00 peneliti menutup pengisian google form karena jumlah subjek sudah mencukupi untuk data penelitian. Teman-teman peneliti membantu dalam proses penyebaran skala agar mempermudah pengambilan data. Subjek yang dituju adalah mahasiswa dari seluruh universitas yang ada di Semarang dengan jarak usia 18 sampai 22 tahun. Mahasiswa yang berkenan menjadi subjek pengisian angket dipersilahkan untuk mengisi identitas dan menyatakan setuju untuk mengisi skala penelitian. Skala penelitian ini terdiri dari dua skala, yaitu skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 36 item pernyataan dan skala harga diri yang terdiri dari 37 item pernyataan. Sebelum mengisi skala penelitian, para subjek diharapkan untuk membaca petunjuk pengisian terlebih dahulu agar tidak keliru dalam menjawab.

4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Skala Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji validitas, skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 36 item pernyataan hasil yang didapatkan yaitu 36 item valid semuanya dengan koefisien 0,177 sampai 0,626. Hasil uji reliabilitas skala Perilaku konsumtif pada mahasiswa ini diperoleh alpha sebesar 0,915. Hasil perhitungan lebih lanjut dapat dilihat pada bagian lampiran

Tabel 4.3 Sebaran Item Valid Skala Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

No	Aspek	Item Fav	Total
1	Membeli barang karena hadiah yang menarik	1, 2, 3, 4, 5	5
2	Membeli barang karena kemasannya yang menarik	6, 7, 8	3
3	Membeli barang karena untuk menjaga harga diri	9, 10, 11, 12, 13	5
4	Membeli barang karena ada program potongan harga	14, 15, 16, 17	4
5	Membeli barang yang dianggap menjaga status sosial	18, 19, 20, 21, 22	5
6	Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	23, 24, 25, 26, 27, 28	6
7	Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	29, 30, 31, 32	4
8	Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda	33, 34, 35, 36	4
Total			36

2. Skala Harga Diri

Berdasarkan uji validitas alat ukur skala harga diri yang terdiri dari 37 item pernyataan, terdapat 22 item pernyataan yang valid dan 15 item pernyataan yang gugur dengan koefisien 0,269 samai 0,620. Hasil uji

reliabilitas skala harga diri diperoleh alpha sebesar 0,815. Hasil perhitungan lebih lanjut dapat dilihat pada bagian lampiran.

Tabel 4.4 Sebaran Item Valid Skala Harga Diri

NO	Aspek	Item		Jumlah item valid
		Fav	Unfav	
1	Power (Kekuatan)	1, 3*	2*, 4, 5*	2
2	Significance (Keberartian)	6, 7*, 8*, 9*, 15*, 16, 17*, 21, 22	10*, 11*, 12, 13*, 14, 18, 19, 20*, 23*	8
3	Virtue (Kebajikan)	24, 25	26*	2
4	Competence (Kemampuan)	27*, 28, 34, 35, 36*	29*, 30*, 31, 32, 33*, 37*	5
Total				17

Keterangan: Tanda (*) merupakan item yang gugur.