

## BAB 4

### PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

#### 4.1. Orientasi Kancah Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan subjek dan tempat atau kancah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan aktif yang berkuliah program studi manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Mgr. Albertus Soegijapranata, SJ berpihak kepada kaum miskin papa (*option for the poor*) melalui gerakan dan pemikirannya, beliau mendorong terbentuknya organisasi sosial ekonomi yang memberikan perhatian penuh terhadap pemberdayaan korban perang dan masyarakat miskin. Unika Soegijapranata pada masa kini terus berkehendak meneruskan semangat perjuangan Mgr. Albertus Soegijapranata, SJ dengan semboyan *Talenta pro patria et humanitate* yang artinya bakat untuk tanah air dan kemanusiaan.

Unika Soegijapranata adalah Perguruan Tinggi Swasta yang sudah memiliki Akreditasi A. Saat ini Unika Soegijapranata memiliki sepuluh fakultas dengan satu program diploma, 21 program studi sarjana, yaitu sebagai berikut :

1. Fakultas Arsitektur dan Desain dengan program studi sarjana Arsitektur dan sarjana Desain Komunikasi Visual.
2. Fakultas Hukum dan Komunikasi dengan program studi sarjana Ilmu Hukum, Ilmu Komunikasi.
3. Fakultas Teknik dengan program studi sarjana Teknik Sipil, Teknik Elektro, dan Teknologi Energi.
4. Fakultas Bahasa dan Seni dengan program studi sarjana Sastra Inggris, English Preneurship, dan Digital Performing Arts.

5. Fakultas Psikologi dengan program studi sarjana Psikologi.
6. Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan program studi sarjana Manajemen, Akuntansi, dan program diploma Perpajakan.
7. Fakultas Teknologi Pertanian dengan program studi sarjana Teknologi Pangan dan Nutrisi dan Tekno Kuliner.
8. Fakultas Ilmu Komputer dengan program studi sarjana Teknologi Informatika, Sistem Informasi, Game Technology, dan E-Commerce Technology.
9. Fakultas Ilmu dan Teknologi Lingkungan dengan program studi sarjana Rekayasa Infrastruktur dan Lingkungan.
10. Fakultas Kedokteran dengan program studi sarjana Kedokteran dan Profesi Dokter.

Peneliti memilih mahasiswi jurusan manajemen di Universitas Katolik Soegijapranata karena dapat dilihat dari segi penampilan hampir sebagian terlihat menarik. Hal ini didapat dari survey yang peneliti lakukan sebelumnya di lingkup kampus Unika Soegijapranata sebanyak 10 mahasiswa merupakan mahasiswi yang berperilaku konsumtif bukan karena kebutuhan akan tetapi karena keinginan. Kemudian peneliti memilih Unika Soegijapranata sebagai lokasi penelitian karena di lokasi ini belum ada penelitian mengenai “Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata”. Adapun ciri-ciri yang peneliti tetapkan antara lain adalah sampel harus merupakan mahasiswi fakultas ekonomi jurusan manajemen angkatan 2017 yang masih aktif di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

## **4.2. Persiapan Pengumpulan Data Penelitian**

### **4.2.1. Penyusunan Alat Ukur**

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan skala sebagai alat pengumpulan data. Skala yang peneliti gunakan adalah konformitas serta skala perilaku konsumtif. 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. Penelitian ini menggunakan dua macam alat ukur, yaitu skala perilaku konsumtif dan skala Konformitas.

#### **1. Skala Perilaku Konsumtif**

Skala Perilaku Konsumtif menggunakan aspek perilaku konsumtif dari Sumartono (2002), yaitu: membeli barang karena hadiahnya yang menarik, membeli barang karena tertarik pada kemasannya, membeli barang karena untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli barang karena pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk karena untuk menjaga simbol status, membeli barang karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Blueprint Skala Perilaku Konsumtif dijelaskan dalam tabel berikut. Pada Skala Perilaku Konsumtif, terdapat empat alternatif pilihan jawaban, yaitu STS (Sangat Tidak

Sesuai), TS (Tidak Sesuai), S (Sesuai), dan(Sangat Sesuai). Skoring pada aitem *Favorable (Fav)* adalah Sangat Sesuai = 4, Sesuai = 3, Tidak Sesuai = 2, Sangat Tidak Sesuai = 1. Skoring pada aitem *Unfavorable (Unfav)* adalah Sangat Sesuai = 1, Sesuai = 2, Tidak Sesuai = 3, Sangat Tidak Sesuai = 4.

**Tabel 4.1. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif**

Aspek	Pernyataan		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Membeli barang karena hadiahnya yang menarik.	1,17	9,25	4
Membeli barang karena tertarik pada kemasannya	2,18	10,26	4
Membeli barang karena untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	3,19	11,27	4
Membeli barang karena pertimbangan harga	4,20	12,28	4
Membeli barang karena untuk menjaga simbol status	5,21	13,29	4
Membeli barang karena unsur konformitas	6,22	14,30	4
Membeli produk untuk menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	7,23	15,31	4
Mencoba lebih dari dua produk sejenis	8,24	16,32	4
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

## 2. Skala Konformitas

Skala Konformitas menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Myers (2012) yaitu: *acceptance* (informasional), dan *compliance* (normatif). Blueprint Skala Konformitas dijelaskan dalam tabel berikut. Pada Skala Konformitas, terdapat empat alternatif pilihan jawaban, yaitu STS (Sangat Tidak Sesuai), TS (Tidak Sesuai), S (Sesuai), dan SS (Sangat Sesuai). Skoring pada aitem *Favourable* adalah Sangat Sesuai = 4, Sesuai = 3, Tidak Sesuai = 2, Sangat Tidak Sesuai = 1. Skoring pada aitem *unfavourable* adalah Sangat Sesuai = 1, Sesuai = 2, Tidak Sesuai = 3, Sangat Tidak Sesuai = 4.

**Tabel 4.2. Blueprint Skala Konformitas**

Aspek	Indikator	Pernyataan		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
<b>Acceptance (informasional)</b>	Individu menerima, mengikuti	1,9,17	5,13,21	6
	Individu memberikan pendapat	2,10,18	6,14,22	6
<b>Compliance (normatif)</b>	Individu memilih untuk berperilaku ataupun mengikuti	3,11,19	7,15,23	6
	Individu berusaha untuk memenuhi standar ataupun	4,12,20	8,16,24	6
<b>Total</b>		12	12	24

### 4.2.2. 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. Perijinan Penelitian**

Sebelum memulai penelitian, peneliti mengajukan surat permohonan izin terlebih dahulu kepada Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata untuk melakukan uji coba alat ukur penelitian di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Kemudian surat ini disetujui oleh Kepala Program Studi (Kaprodi) dan selesai dibuat dengan nomor surat 0179/B.7.3/FP/XI/2020. Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti menyebarkan skala melalui kuesioner dan Google Form kepada mahasiswa jurusan manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2017 yang masih aktif.

#### **4.4. Pelaksanaan Pengumpulan Data**

Pelaksanaan Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan manajemen Unika Soegijapranata dengan kriteria mahasiswa aktif 2017 Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan skala melalui Link Google Form. Metode yang digunakan adalah metode try out terpakai, dimana peneliti melakukan try out untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap item pada skala penelitian serta menggunakan item yang valid tersebut untuk analisis data. Peneliti menggunakan metode try out terpakai dikarenakan untuk lebih efisien dalam pengolahan data. Metode pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah nonprobability sampling melalui purposive sampling.

Penelitian diadakan secara dua tahap. Tahap pertama pada tanggal 10 November 2020 – 16 November 2020 dengan menyebarkan skala berbentuk Link Google Form melalui Whatsapp dan Line kepada teman-teman yang akan

diteruskan kepada subjek yang dituju. Kemudian tahap kedua pada tanggal 18 November 2020 – 23 November 2020 dengan menyebarkan skala melalui Link Google Form kembali dan melalui Whatsapp dan Line. Peneliti melakukan pengumpulan data pada tahap pertama dengan cara menghubungi mahasiswi angkatan 2017 melalui Whatsapp tersebut sebagai perantara agar peneliti dapat masuk ke group Line kelas tersebut dan dapat menyebarkan Google Form langsung kepada mahasiswi. Hal ini terjadi karena sudah memasuki pandemi Covid-19. Kemudian pada tahap kedua, peneliti menyebarkan link Google Form kembali melalui perantara salah satu mahasiswa jurusan manajemen dengan personal chat di LINE, serta melalui grup LINE.

#### **4.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur**

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 104 orang. Uji validitas dan reliabilitas alat ukur dilakukan dengan teknik korelasi Product Moment Karl Pearson dengan program Statistical Package for Social Science for Windows versi 19.0. Berikut hasil uji tersebut :

##### **4.5.1. Skala Perilaku Konsumtif**

Uji validitas dilakukan terhadap 32 item dan diperoleh 19 item valid dan 13 item gugur. Skala perilaku konsumtif ini memiliki nilai koefisien korelasi antara 0,789 – 0,931. Hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,986.

**Tabel 4.3. Sebaran Item Valid Skala *Perilaku Konsumtif***

Indikator	Pernyataan		Jumlah	
	Favorabl e	Unfavorabl e	Gugur	valid
Membeli barang karena hadiahnya yang menarik.	1,17	9,25	0	4
Membeli barang karena tertarik pada kemasannya	2*,18*	10,26	2	2
Membeli barang karena untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	3*,19*	11*,27	3	1
Membeli barang karena pertimbangan harga	4,20*	12*,28*	3	1
Membeli barang karena untuk menjaga simbol status	5,21	13*,29	1	3
Membeli barang karena unsur konformitas	6,22*	14,30	1	2
Membeli produk untuk menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	7,23	15,31	0	4
Mencoba lebih dari dua produk sejenis	8,24*	16*,32	2	2
Total	16	16	13	19

#### 4.5.2. Skala Konformitas

Uji validitas dilakukan terhadap 24 item dan diperoleh 17 item valid dan 7 item gugur. Skala konformitas ini memiliki nilai koefisien korelasi antara 0,871 – 0,957. Hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,991.

**Tabel 4.4. Sebaran Item Valid Pada Skala Konformitas**

Indikator	Pernyataan		Jumlah	
	Favorable	Unfavorable	Gugur	Valid
Individu menerima, mengikuti	1,9,17	5,13*,21*	2	4
Individu memberikan pendapat	2*,10*,18	6*,14*,22	4	2
Individu memilih untuk berperilaku ataupun mengikuti	3,11,19*	7,15,23	1	5
Individu berusaha untuk memenuhi standar ataupun	4,12,20	8,16,24	0	6
Total	12	12	7	17