

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif bersifat *non* eksperimental atau peneliti tidak melakukan manipulasi pada variabel bebas. Penelitian kuantitatif menurut Hadi (1989) adalah adalah suatu penelitian yang jenis datanya dapat diukur dan dihitung secara langsung.

3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

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

1. Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif Mahasiswa
2. Variabel Bebas : Kontrol Diri

3.3 Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional disusun untuk memperoleh kejelasan definisi terkait variabel yang digunakan dalam penelitian, maka dirumuskan batasan operasional pada masing-masing variabel sebagai berikut:

3.3.1 Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Perilaku konsumtif mahasiswa adalah kegiatan siswa di tingkat perguruan tinggi yang melakukan kegiatan konsumsi secara berlebih tanpa mempertimbangkan manfaat atas tindakan konsumsinya. Pada penelitian ini perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala perilaku konsumtif dengan aspek perilaku konsumtif yaitu, *impuls buying* (pembelian impulsif), *non-rasional buying* (pembelian tidak rasional), dan *wasteful buying* (pemborosan). Semakin tinggi skor yang diperoleh maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif,

sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah perilaku konsumtif pada subjek penelitian.

3.3.2 Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan dalam diri individu untuk membuat keputusan yang dianggap tepat guna menghindari dampak negatif dari perilaku yang akan diambil. Pada penelitian ini kontrol diri akan diukur menggunakan skala kontrol diri dengan aspek kontrol diri yaitu, kontrol perilaku, kontrol kognitif, kontrol keputusan. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi kontrol pada subjek penelitian, sebaliknya apabila semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah kontrol diri pada subjek penelitian.

3.4 Subjek Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah suatu objek yang secara keseluruhan digunakan untuk data penelitian (Hadi, 1989). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *E-commerce Shopee* dengan rentang usia 18-21 yang tinggal Semarang.

3.4.2 Teknik *Sampling*

Sampel adalah suatu individu yang berjumlah kurang dari jumlah populasi dan teknik pengambilan sampel adalah cara untuk menentukan sampel yang akan dijadikan data. Sebenarnya cara pengambilan sampel adalah dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel representatif yang benar-benar memiliki populasi. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu *incidental sampling*. Teknik *sampling* insidental adalah suatu teknik pengambilan sampel secara kebetulan, dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia disuatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2019).

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode ini adalah dengan metode skala. Menurut Azwar (2015), metode skala merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan daftar pernyataan berisi aspek-aspek yang hendak diukur yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang-orang yang menjadi subjek penelitian.

3.5.2 *Blue Print* dan Cara Penilaian

3.5.2.1 Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif. Skala perilaku konsumtif terdiri dari aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu:

1. *Impuls buying* (pembelian secara impulsif)
2. *Non rasional buying* (pembelian tidak rasional)
3. *Wasteful buying* (emborosan)

Terdapat empat pilihan dari setiap pernyataan tersebut yaitu, "Sangat Tidak Setuju," (STS), "Tidak Setuju," (TS), "Setuju," (S), "Sangat Setuju," (SS). Jawaban tersebut dapat digunakan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah positif atau sebaliknya ke arah negatif. Di dalam skala ini, subjek diminta untuk memilih satu jawaban yaitu:

1. "SS" : Bila jawaban subjek sangat sesuai dengan pernyataan
2. "S" : Bila jawaban subjek sesuai dengan pernyataan
3. "TS" : Bila jawaban subjek tidak sesuai dengan pernyataan
4. "STS": Bila jawaban subjek sangat tidak sesuai dengan pernyataan.

Cara pemberian nilai pada jawaban subjek yaitu terdapat item yang tergolong *favourable*, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai satu, jawaban Tidak Setuju (TS) mendapat nilai dua, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai tiga, jawaban Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai empat. Sebaliknya terhadap item yang tergolong *un-favourable*, jawaban Sangat Setuju

(SS) mendapat nilai satu, jawaban Setuju (S) mendapat nilai dua, jawaban Tidak Setuju (TS) mendapat nilai tiga, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai empat.

Tabel 3.1 *Blue Print* Skala Perilaku konsumtif [Sumartono (dalam P & Irmawati, 2011)]

Aspek	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	Jumlah
<i>Impulse Buying</i>	5	5	10
<i>Non Rasional Buying</i>	8	3	11
<i>Wasteful Buying</i>	6	5	11
Jumlah	19	13	32

3.5.2.2 Skala Kontrol Diri

Skala ini bertujuan untuk mengetahui kontrol diri. Skala terdiri dari aspek-aspek kontrol diri yaitu:

1. Kontrol perilaku
2. Kontrol kognitif
3. Kontrol keputusan

Terdapat empat pilihan dari setiap dari setiap pernyataan tersebut yaitu, "Sangat Tidak Setuju," (STS), "Tidak Setuju," (TS), "Setuju," (S), "Sangat Setuju," (SS). Jawaban tersebut dapat digunakan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah positif atau sebaliknya ke arah negatif. Cara pemberian nilai pada jawaban subjek yaitu terdapat item yang tergolong *favourable*, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memperoleh nilai satu, jawaban Tidak Setuju (TS) mendapat nilai dua, jawaban Setuju (S) memperoleh nilai tiga, jawaban Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai empat. Sebaliknya terhadap item yang tergolong *un-favourable*, jawaban Sangat Setuju (SS) mendapat nilai satu, jawaban Setuju (S) mendapat nilai dua, jawaban Tidak Setuju (TS) mendapat nilai tiga, jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai empat.

Tabel 3.2 *Blue Print* Kontrol Diri [Averill (Nurhaini, 2018)]

Aspek	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	Jumlah
Kontrol Perilaku	6	5	111
Kontrol Kognitif	6	3	9
Kontrol Keputusan	3	3	6
Jumlah	15	11	26

3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.6.1 Validitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2015) validitas alat ukur mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat pengukuran melakukan fungsi alat ukur itu sendiri. Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

3.6.2 Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2015) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik uji reliabilitas *Alpha* yang dikembangkan oleh Cronbach. Teknik ini dapat memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara yang dilakukan untuk mengolah data, sehingga akan didapatkan suatu kesimpulan. Teknik statistik yang dipakai adalah teknik korelasi *Product Moment* (Setiasih & Setyaningrum, 2013). Korelasi *Product Moment* merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji keeratan (uji hubungan) dua variabel data berskala interval atau rasio. Penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment* karena memiliki dua (2) variabel yaitu variabel tergantung dan variabel bebas. Korelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan perilaku konsumtif dengan kontrol diri dalam berbelanja melalui *e-commerce* yang sebenarnya. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis

statistik Inferensial. Hal ini dilakukan dengan metode mempertimbangkan faktor adanya peluang kesalahan (Sugiyono, 2019).

