

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Creswell (dalam Alsa, 2003) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang memiliki data berupa bilangan seperti skor atau nilai, urutan, maupun frekuensi, dan menggunakan statistik dalam proses analisisnya untuk menjawab hipotesis penelitian serta memprediksi variabel tertentu dapat mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya hubungan antara kepribadian extravert dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir.

3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Identifikasi Variabel

Dikutip dari Sugiyono (2017), variabel adalah segala sesuatu yang ditentukan peneliti untuk diteliti agar memperoleh informasi mengenai hal tersebut yang kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel tergantung. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi serta menyebabkan perubahan dan munculnya variabel tergantung, sedangkan variabel tergantung adalah variabel yang dipengaruhi dan menjadi akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel tergantung dan variabel bebas dalam penelitian ini meliputi:

- a. Variabel tergantung : Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir

- b. Variabel bebas : Kepribadian *Extravert*

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Nazir (2013) menyebutkan definisi operasional adalah definisi untuk sebuah variabel dengan memberikan makna, menetapkan suatu aktivitas, atau memberi suatu operasional yang dibutuhkan untuk mengukur sebuah variabel.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

- a. Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir

Perilaku konsumtif pada remaja akhir didefinisikan sebagai perilaku dalam menggunakan uang untuk melakukan transaksi atau membeli barang dan jasa hanya untuk kesenangan semata yang bukan merupakan kebutuhan serta tanpa pertimbangan rasional yang dilakukan oleh individu berusia 18 sampai 21 tahun. Penelitian ini peneliti akan menggunakan Skala Perilaku Konsumtif untuk mengukur perilaku konsumtif pada remaja akhir. Skala yang digunakan disusun berdasarkan aspek dari perilaku konsumtif yang meliputi membeli produk sebab hadiah yang ditawarkan; membeli produk sebab kemasan yang menarik; membeli produk untuk menjaga penampilan serta gengsi; membeli produk sebab potongan harga bukan manfaat atau kegunaannya; membeli produk untuk menjaga simbol status; memakai produk sebab pengaruh konformitas model iklan produk; adanya penilaian bahwa membeli produk harga mahal akan meningkatkan kepercayaan diri; dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja akhir, begitu pun sebaliknya.

- b. Kepribadian *Extravert*

kepribadian *ekstravert* adalah sifat dan karakteristik psikologis seseorang yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang dan responsnya terhadap

lingkungan yang cenderung memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik serta bersifat impulsif, suka bercanda, memiliki gairah yang tinggi, berpikir cepat, optimis, menghargai relasi dengan orang lain, lebih fokus pada dunia luar daripada dunianya sendiri, dan lebih mudah terpengaruh lingkungan. Penelitian ini peneliti akan menggunakan Skala Kepribadian *Extravert* untuk mengukur kepribadian *extravert*. Skala yang digunakan disusun berdasarkan sifat dari kepribadian *extravert* yang meliputi sosiabel; lincah; aktif; asertif; mencari sensasi; riang; dominan; semangat; dan berani. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi kepribadian *extravert* pada remaja akhir, begitu pun sebaliknya.

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Nazir (2013) populasi adalah metrik mengenai sesuatu yang akan dijadikan inferensi, selain itu populasi adalah tentang data bukan tentang orang maupun benda. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Remaja akhir dengan rentangan usia 18 sampai 21 tahun. Alasannya karena menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif sering ditemukan di kalangan remaja.
- b. Berdomisili di Semarang. Peneliti memilih Kota Semarang sebagai lokasi penelitian karena ditemukannya permasalahan perilaku konsumtif.

3.3.2 Teknik Sampling

Unit Sampling merupakan kumpulan elemen dari populasi yang tidak tumpang tindih dan sampel adalah gabungan dari *unit* sampling tersebut (Nazir, 2013). Nazir (2013) mendefinisikan sampel sebagai gabungan *unit sampling* yang kemudian diambil dari bingkai. Dalam penelitian ini teknik sampling yang

digunakan adalah teknik *sampling insidental*. *Sampling insidental* menurut Sugiyono (2017) merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, jadi setiap orang yang bertemu peneliti secara kebetulan dapat dijadikan sampel jika orang tersebut memenuhi kriteria sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan berupa skala. Sugiyono (2017) mendefinisikan skala sebagai kesepakatan yang akan dijadikan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval alat ukur sehingga akan menghasilkan data kuantitatif saat digunakan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2017) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, serta pendapat seseorang mengenai suatu fenomena sosial. Lebih lanjut Sugiyono menjelaskan bahwa dalam skala *likert*, variabel yang hendak diukur akan dijabarkan dalam indikator variabel yang kemudian akan dijadikan titik tolak saat menyusun item instrumen.

Skala yang digunakan terdiri dari skala perilaku konsumtif dan skala kepribadian *extravert*. Skala perilaku konsumtif dan skala kepribadian *extravert* akan menggunakan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Pemberian skor pada pernyataan *favourable*, untuk jawaban Sangat Sesuai (SS) akan diberi skor 4, untuk jawaban Sesuai (S) akan diberi skor 3, untuk jawaban Tidak Sesuai (TS) akan diberi skor 2, dan untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) akan diberi skor 1. Sebaliknya untuk pernyataan *unfavourable* untuk jawaban Sangat Sesuai (SS) akan diberi skor 1, untuk jawaban Sesuai (S) akan diberi skor 2, untuk jawaban

Tidak Sesuai (TS) akan diberi skor 3, dan untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS) akan diberi skor 4.

3.4.1 Skala Perilaku Konsumtif

Skala Perilaku Konsumtif disusun berdasarkan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) yang meliputi membeli produk sebab hadiah yang ditawarkan; membeli produk sebab kemasan yang menarik; membeli produk untuk menjaga penampilan diri serta gengsi; membeli produk sebab potongan harga bukan manfaat atau kegunaannya; membeli produk untuk menjaga simbol status; memakai produk sebab pengaruh konformitas model iklan produk; adanya penilaian bahwa membeli produk harga mahal akan meningkatkan kepercayaan diri; dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Tabel Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

Indikator Perilaku Konsumtif	Pernyataan		Total
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Membeli produk sebab hadiah yang ditawarkan	2	1	3
Membeli produk sebab kemasan yang menarik	2	1	3
Membeli produk untuk menjaga penampilan serta gengsi	2	1	3
Membeli produk sebab potongan harga bukan manfaat atau kegunaannya	2	1	3
Membeli produk untuk menjaga simbol status	2	1	3
Memakai produk sebab pengaruh konformitas model iklan produk	2	1	3
Adanya penilaian bahwa membeli produk harga mahal akan meningkatkan kepercayaan diri	2	1	3
Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda	2	1	3
Jumlah	16	8	24

3.4.2 Skala Kepribadian *Extravert*

Skala kepribadian *extravert* disusun berdasarkan sifat kepribadian *extravert* menurut Eysenck (dalam Alwisol, 2009) yang meliputi sosiabel; lincah; aktif; asertif; mencari sensasi; riang; dominan; semangat; dan berani. Blueprint Skala Kepribadian *Extravert* dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Blueprint Skala Kepribadian *Extravert*

Sifat Kepribadian <i>Extravert</i>	Pernyataan		Total
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Sosiabel	2	1	3
Lincah	2	1	3
Aktif	2	1	3
Asertif	2	1	3
Mencari sensasi	2	1	3
Riang	2	1	3
Dominan	2	1	3
Semangat	2	1	3
Berani	2	1	3
Jumlah	18	9	27

3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.5.1 Validitas Alat Ukur

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti seberapa jauh akurasi suatu skala dalam menjalankan fungsi ukurnya (Azwar, 2015). Azwar (2015) mendefinisikan validitas sebagai aspek akurasi pengukuran, skala yang valid tidak hanya menggambarkan data pengukuran yang akurat tetapi juga memberi gambaran akurat mengenai variabel yang diukur.

Untuk menguji validitas alat ukur penelitian ini akan dilakukan dengan teknik *Product Moment* dan selanjutnya akan dikoreksi dengan teknik *Part Whole*. Proses menghitung validitas alat ukur pada penelitian ini akan dibantu menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows* versi 21 agar lebih efisien dan akurat.

3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*, pengukuran dengan tingkat reliabilitas yang tinggi dapat disebut sebagai pengukuran yang reliabel (Azwar, 2015). Azwar (2015) menyebutkan bahwa konsep utama dari reliabilitas adalah seberapa jauh hasil pengukuran dapat dipercaya.

Untuk menguji reliabilitas alat ukur penelitian ini akan dilakukan dengan teknik koefisien *Alpha Cronbach* dan dibantu menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows* versi 21 agar lebih efisien dan akurat.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini akan dilakukan dengan metode korelasi *Pearson Product Moment* untuk menguji korelasi atau mengukur hubungan antara kepribadian ekstravert dan perilaku konsumtif. Analisis data dalam penelitian ini akan dibantu dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows* versi 21 agar lebih efisien dan akurat.