

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional. Metode penelitian kuantitatif merupakan jenis metode penelitian berupa data-data angka yang menggunakan statistik (Suryana, 2010). metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional, bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi-variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi-variasi variabel lain berdasarkan koefisien korelasi (Suryana, 2010)

3.2 Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 Identifikasi variabel Penelitian

Variabel –variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel tergantung : Perilaku konsumtif remaja akhir Terhadap pembelian *Merchandese Kpop*
2. Variabel Bebas : Konsep diri

3.2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.2.1 Perilaku Konsumtif Terhadap pembelian Merchandese K-pop

Perilaku konsumtif ialah perilaku atau tindakan yang dilakukan individu dalam membeli sesuatu hanya berdasarkan keinginan daripada kebutuhan , hal ini dapat mempengaruhi tindakan yang dilakukan suatu individu dalam mengambil keputusan dalam membeli sesuatu terutama seorang remaja Akhir penggemar K-pop usia 18-21 tahun dalam melakukan pembelian *merchandese* K-pop.

Pengukuran variabel perilaku konsumtif dalam pembelian *merchandese* K-pop oleh remaja usia 18-21 tahun dilakukan dengan skala perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif

3.2.2.2 Konsep Diri Remaja terhadap pembelian Merchandese K-pop

Pengukuran variabel konsep diri dalam pembelian *merchandese* K-pop oleh remaja usia 18-21 tahun dilakukan dengan skala konsep diri yang terdiri dari aspek fisik, psikis, sosial, dan moral. Semakin tinggi nilai konsep diri yang didapat maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam pembelian *merchandese* K-pop oleh remaja usia 18-21 tahun.

3.3 Subjek Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki kualitas dan karakteristik khusus yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Populasi dalam statistika tidak terbatas pada sekelompok orang saja, melainkan segala hal yang menjadi perhatian. Adapun kriteria populasi pada penelitian ini adalah Penggemar K-pop (*Korean Pop*) remaja akhir usia 18- 21 tahun. Pemilihan subjek didasarkan pada variabel perilaku konsumtif yang banyak dilakukan pada remaja yang merupakan penggemar K-pop (*Korean Pop*)

3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih spesifik, jenis teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *Incidental* sampling. Teknik *incidental* sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini subjek yang digunakan penggemar K-pop usia 18-21 Tahun di kota Palembang

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Alat Ukur

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala. Skala yang digunakan pada penelitian ini terdapat dua skala, yaitu skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif pada remaja penggemar korea dalam pembelian merchandise Korea.

Skala konsep diri terdiri dari 24 item yang terbagi dalam empat aspek yaitu Aspek fisik, Aspek psikologi, Aspek sosial dan Aspek moral

Skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif pada remaja penggemar korea dalam pembelian merchandise Korea, terdiri atas pernyataan favorabel dan unfavorabel, dengan empat alternatif jawaban, yaitu :STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), S (Setuju), SS (Sangat Setuju). Berikut ini disajikan penyusunan skala:

1. Skala Konsep Diri

Skala konsep diri ini mempunyai empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Pemberian skor skala konsep diri berdasarkan pada penilaian dalam skala Likert. Penilaian pada item favorable dalam skala konsep diri ini dimulai dari empat sampai dengan satu, sebaliknya untuk item unfavorable dimulai dari angka satu sampai empat.

Skala Konsep Diri ini terdiri dari 24 item yang terbagi dalam empat aspek yaitu aspek fisik, psikis, sosial dan moral. Blue print dari penyebaran item keempat aspek dalam skala Konsep Diri dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2 Blue Print Skala Konsep Diri

Aspek Konsep Diri	Jumlah Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Fisik	3	3	6
Psikologi	3	3	6
Sosial	3	3	6

Moral	3	3	6
Total	12	12	24

2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif terdiri dari 24 item yang terbagi dalam empat aspek yaitu Melakukan Pembelian Impulsive, Pemborosan (*Wasteful Buying*), Tidak Bernilai Kebutuhan (*Non Rational Buying*) dan Ingin Lebih dari Orang Lain (*Satisfaction Seeking*).

Skala perilaku konsumtif pada remaja penggemar korea dalam pembelian merchandise Korea, terdiri atas pernyataan favorabel dan unfavorabel, dengan empat alternatif jawaban, yaitu : STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), S (Setuju), SS (Sangat Setuju). Berikut ini disajikan penyusunan skala: Blue print dari penyebaran item keempat aspek dalam skala perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini

Tabel 3.3 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Aspek Perilaku Konsumtif	Jumlah		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Melakukan Pembelian			
<i>Implusive</i>	3	3	6
Pemborosan	3	3	6
Tidak Bernilai Kebutuhan	3	3	6
Ingin Lebih dari Orang lain	3	3	6
Total	12	12	24

3.4.2 Uji Coba Alat Ukur

Setiap penelitian memperoleh hasil yang objektif artinya penelitian tersebut dapat mencerminkan masalah yang diteliti. Validitas dan reliabilitas merupakan dua hal yang mempunyai peran penting dalam menentukan baik tidaknya hasil penelitian. Oleh karena itu alat ukur harus memenuhi sifat

valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan untuk mengambil data dengan tujuan agar skala psikologi tersebut dapat diketahui apakah skala yang digunakan sudah valid dan reliabel atau belum.

3.4.2.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan sesuatu instrument. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah Arikunto (2010). Peneliti menggunakan pengukuran validitas skala Konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja terhadap pembelian *merchandese* k-pop dengan teknik *product moment* oleh Karl Pearson dan teknik *Part Whole*

3.4.2.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach dengan nilai >0.6 , maka dinyatakan reliabel. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini *adalah korelasi product moment*. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hubungan antara dua variabel, dalam penelitian ini hubungan yang ingin dilihat adalah hubungan antara perilaku konsumtif dengan konsep diri pada remaja penggemar korea dalam pembelian *merchandise* Korea.