

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2014).

Teknik penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Pendekatan korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2012)

B. Identifikasi variabel penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu

1. Variabel tergantung (dependen) : Perilaku Konsumtif
2. Variabel bebas 1 (independent) : Harga Diri
3. Variabel bebas 2 (independent) : Religiusitas
4. Variabel kontrol : Kelas Sosial Ekonomi Bawah

C. Definisi Operasional variabel penelitian

Sugiyono (2014) mengartikan definisi operasional sebagai penentu kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

1. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002) adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Perilaku konsumtif diukur dengan *Skala Likert* berdasarkan aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Wardhani, 2009), yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*), mencari kesenangan (*non rational buying*).

2. Harga diri

Harga diri menurut Coopersmith (dalam Burn, 1993) merupakan suatu penilaian pribadi terhadap perasaan berharga yang diekspresikan di dalam sikap-sikap yang dipegang oleh individu tersebut.

Harga diri diukur dengan *Skala Likert* berdasarkan aspek harga diri menurut Coopersmith (dalam Ekowati, 2015), yaitu kekuatan (*power*), keberartian (*significance*), kebijakan (*virtue*), kemampuan (*competence*).

3. Religiusitas

Religiusitas menurut Glock & Stark (dalam Ancok & Suroso, 19994) adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang

terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).

Religiusitas diukur dengan *Skala Likert* berdasarkan dimensi-dimensi religiusitas menurut Glock & Stark (dalam Ancok & Suroso, 1994), yaitu : dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan atau praktik agama (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperiensial), dimensi pengalaman (konsekuensial), dan dimensi pengetahuan alam (intelektual).

4. Sosial Ekonomi Bawah

Sosial ekonomi bawah menurut Suparlan (dalam Pratama, 2014) adalah keadaan serba kekurangan harta dan benda berharga yang diderita oleh seseorang atau sekelompok orang yang hidup dalam lingkungan serba miskin atau kekurangan modal, baik dalam pengertian uang, pengetahuan, kekuatan sosial, politik, hukum, maupun akses terhadap fasilitas pelayanan umum, kesempatan berusaha dan bekerja.

Untuk menentukan responden yang benar-benar memiliki karakteristik penelitian yakni remaja sosial ekonomi bawah. Peneliti menggunakan kriteria berdasarkan tingkat pendapatan dengan golongan penduduk yang berpendapatan cukup tinggi hingga rendah, pekerjaan dari golongan kelompok sosial ekonomi menengah hingga bawah, kondisi rumah, dan kendaraan yang dimiliki. Menurut Badan Pusat Statistik (dalam Adhi, 2016), golongan penduduk yang berpendapatan cukup tinggi hingga rendah, yaitu penduduk yang berpendapatan antara dibawah Rp 1.500.000 hingga Rp 2.500.000 per bulan.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah seluruh obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya yang memiliki rentang usia 17-19 tahun.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014). Sampel penelitian ini adalah sama dengan populasi penelitian, yaitu remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya yang memiliki rentang usia 17-19 tahun.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini teknik yang digunakan yaitu dengan cara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014).

Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Kriteria sampel dalam penelitian ini ialah :

- a. Subyek adalah remaja laki-laki dan perempuan usia 17-19 tahun
- b. Remaja dengan status sosial ekonomi bawah
- c. Remaja yang berbelanja online maupun tidak online

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, persepsi, kepribadian dan perilaku dari subyek yang akan diteliti. Hal ini dilakukan dengan cara subyek mengisi pernyataan yang telah diberikan oleh peneliti (Sugiyono, 2014).

Skala yang digunakan disusun berdasarkan teknik *likert*. Pada penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengukur variabel harga diri, religiusitas dan perilaku konsumtif. Skala likert memberikan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini diberikan tanpa memberikan pilihan jawaban ragu-ragu atau tengah untuk mendapatkan jawaban yang pasti dari subyek (Sugiyono, 2015). Skala yang digunakan disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek dari variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti. Berikut tabel skor skala likert yang digunakan dalam penelitian ini :

Table 3.1**Skor Skala Likert**

Jawaban	Skor Favorable	Skor Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Dalam menyusun dan mengembangkan instrumen, peneliti terlebih dahulu membuat *blue print* masing-masing variabel penelitian yang akan menjadi memuat aspek atau dimensi, indikator masing-masing aspek yang akan dijadikan acuan dalam penulisan aitem (Azwar, 2014).

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala harga diri, skala religiusitas, dan skala perilaku konsumtif, yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.2**Blue Print Alat Ukur Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah Aitem	Bobot Aitem
			Fav	UnFav		
1	Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>)	Keinginan sesaat	1, 17, 29, 42	6, 20, 35	7	14,2%
		Tanpa pertimbangan	9, 15, 34, 43, 8	19, 48	7	14,2%
		Bersifat emosional	3, 22, 31, 39, 47, 49	10, 25, 41	9	18,4%
2	Pemborosan (<i>Wasteful</i>)	Boros	11, 23, 24, 37	5, 28, 36, 44	8	16,5%

	<i>buying</i>	Membeli barang yang tidak berguna	4, 26, 32, 46	14, 21, 40	7	14,2%
3	Mencari kesenangan (<i>non rational buying</i>)	Membeli barang trendi	7, 16, 30, 45, 12	27, 33	7	14,2%
		Mencari kesenangan	13, 18, 38	2	4	8,3%
Jumlah					49	100%

Tabel 3.3

Blue Print Alat Ukur Harga Diri

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah Aitem	Bobot Aitem
			Fav	UnFav		
1	Kekuatan (<i>power</i>)	Kemampuan mengatur orang lain	1, 4, 13, 25, 39, 47, 18	31, 44, 50	10	20%
2	Keberartian (<i>significance</i>)	Kepedulian dari orang lain	5, 10, 19, 32	23, 38, 45	7	14%
		Penghargaan dari orang lain	9, 15, 28, 40	7, 20, 33, 42	8	16%
3	Kebijakan (<i>virtue</i>)	Berperilaku sesuai norma, moral, etika dan agama yang berlaku	3, 22, 27, 30, 34, 41, 43, 46, 48, 49	11, 17	12	24%
4	Kemampuan (<i>competence</i>)	Memiliki kemauan keras	6, 16, 29	12, 24, 35	6	12%
		Memiliki sikap disiplin	8, 21, 26, 36	2, 14, 37	7	14%
Jumlah					50	100%

Tabel 3.4

Blue Print Alat Ukur Religiusitas

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah Aitem	Bobot Aitem
			Fav	UnFav		
1	Keyakinan (<i>ideologis</i>)	Keyakinan pada tuhan, malaikat, kitab Al-Qur'an, hari kiamat, qadha dan	4, 11, 21, 27, 31, 36, 46	3, 18, 40	10	19,6%

		qadar				
2	Peribadatan atau praktik agama (ritualistik)	Praktik agama dalam kehidupan sehari-hari	9, 15, 25, 32, 41, 50	6, 13, 22, 35	10	19,6%
3	Penghayatan (eksperiensial)	Perasaan keagamaan pada tuhan	5, 17, 23, 39, 44	10, 19, 28, 42	9	17,6%
4	Pengamalan (konsekuensi)	Implikasi beragama	1, 12, 29, 33, 38, 43, 45	8, 20, 30, 34, 47, 48	13	25,6%
5	Pengetahuan agama (intelektual)	Seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran agama	2, 7, 14, 24, 37, 49	16, 26, 51	9	17,6%
Jumlah					51	100%

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Lebih lanjut suatu alat ukur dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila instrument atau alat dapat menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2004).

Pengujian validitas dengan cara pengujian daya diskriminasi aitem yang dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan distribusi skor skala itu sendiri, dianalisis dengan cara korelasi *product-moment* Pearson (Azwar, 2012). Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya

bedanya. Untuk memvalidasi skor aitem dalam suatu skala rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{iY} = \frac{\sum iY - (\sum i)(\sum Y)/n}{\sqrt{[\sum i^2 - (\sum i)^2/n][\sum Y^2 - (\sum Y)^2/n]}}$$

Keterangan :

- i : Skor aitem
 Y : Skor skala
 n : Banyaknya subyek

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan terjemahan dari reliability yang dimaknai sebagai keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, dan konsistensi (Azwar, 2004). Ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Teknik uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach alpha*, melalui rumus sebagai berikut :

$$r^{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r^{11} = Reliabilitas yang dicari
 n = Jumlah item pertanyaan yang diuji
 $\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
 σ_t^2 = Varians total

3. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan setelah data dari responden telah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam menganalisis data adalah tabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014).

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik Inferensial.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval yang berasal dari kuesioner. Peneliti bertujuan untuk mengetahui dan menguji hubungan antara variabel X dengan variabel Y, maka peneliti ini menggunakan uji analisis linier regresi berganda. Analisis linier regresi berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Sugiyono, 2015).

Adapun rumus analisis linier regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y' : Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X1 dan X2 : Variabel independen

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

G. Kerangka Kerja

