

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Identifikasi Variabel-Variabel Penelitian

suai dengan hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel yang dalam penelitian ini adalah :

- el Bebas : a. Orientasi religius  
b. Jenis kelamin
- >d Tergantung : Sikap konsumtif

#### B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

**atasi Religius** adalah motivasi dan visi psikologis yang berkenaan dengan upan keagamaan seseorang. Orientasi religius dibedakan atas orientasi us intrinsik dan orientasi religius ekstrinsik. Remaja yang berorientasi isik akan menghayati dan merealisasikan dalam wujud tingkah laku, ajaran- n a eam a vang dipahaminya secara sungguh-sungguh, dan tidak akan terjebak memanfaatkan agamanya demi kepentingan pribadi, misalnya untuk isasi, mendapatkan rasa aman, memperoleh keuntungan ekonomis-politis. gkan remaja yang memiliki orientasi ekstrinsik akan mempersepsi dengan ktif yang institusional, *selfish*, agama tidak terintegrasikan dalam luhan pandangan hidupnya, penghayatan yang dangkal, keyakinan agama ai sarana, komunal, serta ketidakteraturan pemeliharaan dan perkembangan

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Identifikasi Variabel-Variabel Penelitian

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas : a. Orientasi religius  
b. Jenis kelamin
2. Variabel Tergantung : Sikap konsumtif

#### B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. **Orientasi Religius** adalah motivasi dan visi psikologis yang berkenaan dengan kehidupan keagamaan seseorang. Orientasi religius dibedakan atas orientasi religius intrinsik dan orientasi religius ekstrinsik. Remaja yang berorientasi intrinsik akan menghayati dan merealisasikan dalam wujud tingkah laku, ajaran-ajaran agama yang dipahaminya secara sungguh-sungguh, dan tidak akan terjebak untuk memanfaatkan agamanya demi kepentingan pribadi, misalnya untuk sosialisasi, mendapatkan rasa aman, memperoleh keuntungan ekonomis-politis. Sedangkan remaja yang memiliki orientasi ekstrinsik akan mempersepsi dengan perspektif yang institusional, *selfish*, agama tidak terintegrasikan dalam keseluruhan pandangan hidupnya, penghayatan yang dangkal, keyakinan agama sebagai sarana, komunal, serta ketidakteraturan pemeliharaan dan perkembangan

iman. Variabel ini akan diungkap dengan Skala Orientasi Religius yang diadaptasi dari Allport-Ross *Religious Orientation Scale* versi Feagin. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek menunjukkan kecenderungan orientasi religiusnya instrinsik dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh subjek menunjukkan kecenderungan orientasi religiusnya ekstrinsik.

2. Jenis Kelamin terdiri dari wanita dan pria, yang diketahui dari identitas subjek dalam lembar jawaban skala.
3. Sikap Konsumtif adalah sikap yang mengarah pada pola hidup dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan dan perasaan tidak puas selalu menyertai bila barang-barang yang diinginkan belum dimiliki. Variabel ini akan diungkap dengan Skala Sikap Konsumtif yang disusun berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membeli, yaitu faktor eksternal, faktor internal, dan faktor proses psikologis sebagaimana diungkap oleh Engel dkk. (1990). Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek menunjukkan kecenderungan sikap konsumtifnya tinggi dan sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh subjek menunjukkan semakin rendah sikap konsumtifnya.

### **C. Subjek Penelitian**

Populasi merupakan sejumlah individu yang paling sedikit mempunyai sifat yang sama dengan sampel penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua siswa SMUN 7 Yogyakarta, populasi ini merupakan kelompok individu yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian yang ditemukan pada subjek penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang memiliki ciri-ciri:

1. Beragama Islam
2. Berstatus sebagai pelajar kelas I SMUN 7 Yogyakarta

### 3. Berusia 15-17 tahun

Pemenuhan kriteria tersebut merupakan usaha untuk mengendalikan pengaruh usia dan tingkat pendidikan terhadap variabel-variabel penelitian.

Jumlah pelajar kelas I SMU N 7 Yogyakarta sebanyak 240 siswa dan terbagi dalam 6 kelas. Peneliti membaginya menjadi dua kelompok sebagai subjek *try out* dan subjek penelitian yang sesungguhnya, masing-masing berjumlah 3 kelas. Pembagian ini dilakukan secara random kelas mana saja yang termasuk subjek *try out* dan kelas mana yang pelajarnya menjadi subjek penelitian.

Berikut ini adalah distribusi pelajar kelas I SMU N 7 Yogyakarta yang menjadi subjek *try out* dan subjek penelitian.

Tablet 1  
Distribusi Subjek *Try Out* dan Subjek Penelitian

KELAS	SUBJEK <i>TRY OUT</i>		SUBJEK PENELITIAN		TOTAL
	L	P	L	P	
IA			20	20	40
IB			20	20	40
IC	17	19			36
ID			18	19	37
IE	11	15			26
IF	7	12			19
TOTAL	<b>81</b>		<b>117</b>		<b>198</b>

Sumber : Data Primer

#### D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan metode skala sebagai metode pengumpulan data untuk mengungkapkan orientasi religius dan sikap konsumtif dari subjek penelitian.

Skala-skala dalam penelitian ini menggunakan metode Likert yang dimodifikasi dengan menghilangkan kategori jawaban yang di tengah yaitu R yang

berarti tidak dapat menentukan jawaban atau ragu-ragu. Modifikasi skala Likert, menurut Hadi (1991) dapat dilakukan berdasarkan tiga alasan. Pertama, kategori jawaban yang ditengah memiliki makna ganda. Bisa diartikan belum dapat menentukan atau memberi jawaban, bisa juga diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban yang bermakna ganda (*multi interpretable*) ini tentu saja tidak diharapkan dalam suatu instrumen.

Kedua, tersedianya kategori jawaban di tengah menimbulkan kecenderungan menjawab di tengah (*central tendency effect*), terutama bagi para responden yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya, ke arah setuju ataukah ke arah tidak setuju. Ketiga, modifikasi ini untuk melihat kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju. Tersedianya jawaban di tengah akan menghilangkan banyak data penelitian, sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijarah dari pada responden.

Pilihan subjek dalam menjawab terdiri dari empat kategori yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Adapun kriteria pemberian nilai tergantung dari *favourable* atau *unfavourable* suatu butir yaitu sebagai berikut: untuk aitem *favourable*, jawaban sangat sesuai (SS) mendapat nilai 4, sesuai (S) mendapat nilai 3, tidak sesuai (TS) mendapat nilai 2, dan sangat tidak sesuai (STS) mendapat skor 1. Sedangkan untuk aitem *unfavourable*, jawaban sangat sesuai (SS) mendapat nilai 1, sesuai (S) mendapat nilai 2, tidak sesuai (TS) mendapat nilai 3, dan jawaban sangat tidak sesuai (STS) mendapat nilai 4.

Skala penelitian ini secara garis besar terdiri dari dua bagian yaitu :

1. Bagian pertama mengungkap identitas subjek penelitian yang meliputi:

- a. Nama
- b. Umur
- c. Agama
- d. Jenis Kelamin
- e. Kelas
- f. Tanggal Pengisian Angket

Bagian kedua merupakan skala yang mengandung butir-butir pernyataan sikap dan perilaku, terdiri dari:

a. **Skala Orientasi Religius**

Skala Orientasi Religius yang digunakan dalam penelitian ini merupakan modifikasi dari skala yang disusun oleh Kurniawan (1997) dengan menambah beberapa butir aitem. Skala ini merupakan adaptasi dan perluasan skala orientasi religius yang disusun Feagin. Skala ini meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Personal vs Institusional
2. Unselfish vs Selfish
3. Relevansi terhadap keseluruhan kehidupan
4. Kepenuhan penghayatan keyakinan
5. Pokok vs Instrumental
6. Asosiasional vs Komunal
7. Keteraturan penjagaan perkembangan iman.

Untuk menjamin adanya skala adaptasi yang memiliki kesahihan dan keandalan dalam mengukur konstruksi teoritis sasaran, maka skala orientasi

religius selain mengungkap isi keseluruhan aspek-aspek dalam *Religious Orientation Scale*, juga diadakan beberapa penyesuaian menurut konteks lokasi penelitian yaitu Indonesia dan disertai penambahan beberapa butir baru.

Secara keseluruhan Skala Orientasi Religius berjumlah 40 butir yang mencakup tujuh aspek sikap dan terdiri dari 20 butir *favourable* dan 20 butir *unfavourable*. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek berarti semakin intrinsik orientasi religiusnya. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh subjek semakin ekstrinsik orientasi religiusnya.

Contoh aitem intrinsik

Saya berusaha keras untuk melibatkan agama dalam segala urusan lain dalam kehidupan saya sehari-hari termasuk urusan sekolah	SS	S	TS	STS
--	----	---	----	-----

Contoh aitem ekstrinsik

Tujuan saya beribadah adalah hanya untuk memelihara kebahagiaan dan kedamaian hidup di dunia	SS	S	TS	STS
--	----	---	----	-----

#### b. Skala Sikap Konsumtif

Angket sikap konsumtif disusun berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membeli, yaitu faktor eksternal, faktor internal, dan proses psikologis sebagaimana diungkapkan Engel dkk (1990).

Skala Sikap Konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil modifikasi dari skala yang disusun oleh Priyohadi (1998). Jumlah keseluruhan skala ini adalah 50 butir aitem yang mencakup ketiga faktor penyebab

munculnya sikap konsumtif yang terbagi dalam 32 aitem *favourable* dan 18 aitem *unfavourable*.

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek berarti semakin tinggi sikap konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh subjek menunjukkan sikap konsumtifnya rendah.

Contoh aitem *favourable*

Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang menjadi mode di kalangan remaja.	SS	S	TS	STS
--	----	---	----	-----

Contoh aitem *Unfavourable*

Saya tidak akan membeli barang-barang yang modis jika memang belum saya butuhkan.	SS	S	TS	STS
---	----	---	----	-----

### E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Validitas dan reliabilitas alat ukur memiliki peran penting dalam penelitian-penelitian dan upaya pengembangan ilmu-ilmu sosial umumnya serta ilmu psikologi dan pendidikan khususnya. Alat ukur yang valid dan reliabel, tercermin dari koefisien validitas dan koefisien reliabilitas, akan menghasilkan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan dan kesimpulan yang diambil nantinya tidak keliru serta tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan yang sebenarnya (Azwar, 1992).

#### 1. Uji Validitas

Validitas alat ukur berhubungan dengan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur, terdiri dari butir-butir aitem yang menyangkut keseluruhan aspek yang ingin diukur,



dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila skala tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 1992).

Pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas butir-butir aitem skala adalah *internal consistency*. Pendekatan ini menguji korelasi antar skor butir aitem dengan skor total skala. Anggapan yang digunakan adalah bahwa korelasi yang tinggi menunjukkan kesesuaian antara fungsi butir-butir aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment* dari Pearson.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur berhubungan dengan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah (Azwar, 1992). Pendekatan yang digunakan untuk menguji reliabilitas butir-butir aitem skala adalah *Internal consistency* dengan teknik varians dari Hoyt.

Uji validitas dan reliabilitas butir Skala Orientasi Religius dan Skala Sikap Konsumtif menggunakan fasilitas komputer SPSS 6.0 for Windows.

## F. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik. Alasan yang mendasari adalah bahwa statistik dapat mewujudkan kesimpulan penelitian dengan memperhitungkan faktor kesahihan. Selain itu pertimbangan lain adalah bahwa statistik bekerja dengan angka-angka, bersifat objektif dan universal,

dalam arti dapat digunakan hampir pada semua bidang penelitian (Hadi, 1995)

Model analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment* dan analisis uji t (*t-test*).

Sebelum melakukan analisis di atas, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang meliputi normalitas sebaran dan homogenitas varian dari masing-masing variabel.

Keseluruhan komputasi data dilakukan melalui fasilitas Komputerisasi SPSS 6.0 for Windows.

