

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian korelasional dengan melibatkan variabel-variabel berikut:

1. Variabel Tergantung : Perilaku konsumtif
2. Variabel Bebas : Kontrol diri

#### **B. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

##### **1. Perilaku Konsumtif**

Secara teoretis, perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli suatu barang dengan mengutamakan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*) (Sumartono, 2002). Dalam penelitian ini secara operasional, perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah skor yang diperoleh responden dengan menggunakan skala perilaku konsumtif. Skor yang dihasilkan dari skala perilaku konsumtif mencerminkan perilaku konsumtif responden. Di mana semakin tinggi skor total menunjukkan semakin tinggi perilaku konsumtif responden. Hal ini berlaku sebaliknya, semakin rendah skor total menunjukkan semakin rendah perilaku konsumtif responden tersebut.

Skala perilaku konsumtif ini mengacu pada aspek-aspek dari Sumartono (2002), yaitu: (a) membeli barang karena hadiah yang menarik, (b) membeli barang karena kemasannya yang menarik, (c) membeli barang karena untuk

menjaga diri dan gengsi, (d) membeli barang karena ada program potongan harga, (e) membeli barang untuk menjaga status sosial, (f) membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, (g) membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, dan (h) membeli barang dari dua barang sejenis dengan *merk* yang berbeda.

## 2. Kontrol Diri

Secara teoretis, Averill (1973) menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik. Kemampuan kontrol diri dapat dilihat dari kemampuan individu menghadapi dorongan sesaat, melakukan pertimbangan sebelum melakukan sesuatu, dan mampu memilih keputusan yang terbaik dari berbagai pilihan yang ada.

Dalam penelitian ini secara operasional, kontrol diri pada mahasiswa adalah skor yang diperoleh responden dengan menggunakan skala kontrol diri. Skor yang dihasilkan dari skala kontrol diri mencerminkan perilaku kontrol diri responden. Di mana semakin tinggi skor total menunjukkan semakin tinggi perilaku kontrol diri responden. Hal ini berlaku sebaliknya, semakin rendah skor total responden menunjukkan semakin rendah perilaku kontrol diri pada responden tersebut.

Skala kontrol diri tersebut disusun sesuai dengan aspek-aspek dari Averill (1973), yaitu: (a) kontrol perilaku (*behavioral control*), (b) kontrol

kognitif (*cognitive control*), dan (c) kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*).

### C. Responden Penelitian

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Mahasiswa

Mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja. Remaja yang di dalam bahasa aslinya disebut *adolescene*, berasal dari bahasa Latin *adolescene* (kata bendanya, *adolescentia* yang berarti remaja) yang artinya “tumbuh untuk mencapai kematangan, istilah *adolescene*, seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 2004). Menurut William (Yusuf, 2008), mahasiswa yang termasuk dalam masuk bagian remaja akhir memiliki tugas perkembangan, yaitu memperkuat kontrol diri atas dasar skala nilai dan prinsip-prinsip hidup.

Pada usia tersebut, mahasiswa masih membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang cenderung labil. Keadaan tersebut cenderung membuat kontrol diri lemah, sehingga apapun keputusan yang dilakukan termasuk keputusan membeli didominasi oleh emosi sesaat (Anggreini & Mariyanti, 2014). Munandar (2011) juga mengungkapkan bahwa remaja lebih mudah terpengaruh rayuan penjual dan iklan, mudah tertarik pada warna dan bentuk kemasan, tidak berpikir hemat, kurang realistis, serta impulsif.

## 2. Perempuan

Munandar (2011) menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih mudah melakukan pembelian, karena mudah tertarik pada warna dan bentuk kemasan tanpa melihat kegunaannya, lebih tertarik pada *trend*, mementingkan status sosial, mudah dipengaruhi oleh pendapat orang lain, dan senang berbelanja.

Berdasarkan karakteristik responden tersebut, maka responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa (perempuan) angkatan 2013, Prodi Psikologi, Ilmu Hukum, dan Ilmu Ekonomi Universitas "X" di Yogyakarta. Pemilihan ketiga prodi tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan tersebarnya lokasi fakultas-fakultas yang dimiliki oleh Universitas "X" di Yogyakarta. Lokasi ketiga prodi terletak pada daerah yang berbeda, sehingga ketiga prodi tersebut dapat mewakili Universitas "X" untuk dijadikan responden dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan angkatan 2013 sebagai responden karena sebagian besar mahasiswa berada dalam kategori remaja akhir.

### D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu:

#### 1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek Sumartono (2002). Skala ini mengukur delapan aspek perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Membeli barang karena hadiah yang menarik.
- b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik.

- c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.
- d. Membeli barang karena ada program potongan harga.
- e. Membeli barang untuk menjaga status sosial.
- f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.
- g. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi.
- h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan *merk* yang berbeda.

Skala perilaku konsumtif terdiri atas 30 pernyataan *favorable*. Kisi-kisi dan sebaran pernyataan ini diringkas pada Tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1**  
*Distribusi Pernyataan pada Skala Perilaku Konsumtif*

<b>Aspek</b>	<b>Nomor Butir</b>	<b>Jumlah</b>
1. Membeli barang karena hadiah yang menarik	1, 2, 3, 18	4
2. Membeli barang karena kemasannya menarik	4, 19	2
3. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi	5, 6, 20, 21	4
4. Membeli barang karena program potongan harga	7, 8, 22	3
5. Membeli barang untuk menjaga status sosial	9, 10, 23, 24	4
6. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	11, 12, 13, 25, 26, 27	6
7. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	14, 15, 28	3
8. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan <i>merk</i> yang berbeda	16, 17, 29, 30	4
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>

## 2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek kontrol diri dari Averill (1973). Skala ini mengukur tiga aspek kontrol diri, yaitu:

- a. Kontrol perilaku (*behavioral control*)
- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*)
- c. Kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*)

Skala kontrol diri terdiri atas 29 pernyataan dengan perincian 13 butir pernyataan *favorable* dan 16 butir pernyataan *unfavorable*. Kisi-kisi dan sebaran pernyataan ini diringkas pada Tabel 3.2 berikut ini:

**Tabel 3.2**  
*Distribusi Pernyataan pada Skala Kontrol Diri*

Aspek	Nomor Butir		Jumlah
	Pernyataan <i>Favorable</i>	Pernyataan <i>Unfavorable</i>	
1. Kontrol perilaku	2, 12, 23, 29	1, 13, 14, 22, 24	9
2. Kontrol kognitif	3, 5, 18	4, 6, 15, 16, 17, 25, 26	10
3. Kontrol dalam pengambilan keputusan	7, 8, 9, 19, 27,28	10, 11, 20, 21	10
<b>Jumlah</b>	13	16	29

Masing-masing butir pernyataan pada skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri mempunyai enam alternatif pilihan jawaban, yaitu TP (Tidak Pernah), HT (Hampir Tidak Pernah), JR (Jarang), KK (Kadang-Kadang), SR (Sering), dan SL (Selalu). Akan tetapi, pada skala perilaku konsumtif semua butir pernyataan adalah *favorable*, sehingga penilaian skala hanya bergerak dari satu hingga ke enam. Skoring butir diringkas pada Tabel 3.3 berikut ini:

**Tabel 3.3**  
*Skoring Butir*

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Favorable</b>	<b>Unfavorable</b>
Tidak Pernah (TP)	1	6
Hampir Tidak Pernah (HT)	2	5
Jarang (JR)	3	4
Kadang-Kadang (KK)	4	3
Sering (SR)	5	2
Selalu (SL)	6	1

### **E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur**

#### **1. Validitas**

Validitas dalam penelitian ini menunjukkan sejauh mana kesesuaian antara hasil penelitian dengan keadaan yang sebenarnya. Dengan kata lain validitas adalah sejauh mana skala tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menilai validitas skala dibutuhkan sejumlah bukti, di mana peneliti akan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut: (a) skala harus reliabel, (b) *construct* dari butir-butir pernyataan skala harus mencerminkan *construct* yang diukur. Semakin banyak bukti yang dapat ditunjukkan, maka alat ukur tersebut semakin baik validitasnya. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk untuk menilai validitas alat ukur dalam penelitian ini:

- a. Membuat *blue print*, untuk pemetaan isi butir pernyataan dan aspek-aspek dari *construct* yang diukur.
- b. Melakukan pengecekan bahasa yang digunakan sebagai butir berdasarkan aspek yang telah ditetapkan, serta penggunaan format yang tepat. Pada tahap ini fokusnya adalah untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pernyataan dalam skala dapat dipahami dengan jelas dan tepat oleh responden. Peneliti

mengundang dua mahasiswa calon responden untuk meneliti dan menilai apakah masing-masing butir pernyataan sudah dapat dipahami isinya.

- c. Melakukan pengecekan *content validity* dengan wawancara kepada beberapa orang yang dianggap mempunyai pengetahuan tentang *construct* yang sedang diteliti.
- d. Melakukan pengecekan *internal consistency* dengan cara mengkorelasikan masing-masing butir pernyataan dan skor total. Hanya butir yang memiliki koefisien korelasi minimal 0,25 yang dipilih untuk skala.
- e. Melakukan pengecekan reliabilitas skala.

Jadi, dengan mengikuti prosedur yang sudah dijelaskan tersebut dapat dikatakan bahwa alat ukur dalam penelitian ini sudah cukup valid untuk diberikan kepada responden.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas skala menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran konsisten dari waktu ke waktu dan butir dari total *test*. Hal ini ditunjukkan oleh taraf keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh dari para responden dengan alat ukur yang sama, atau diukur dengan alat yang setara pada kondisi yang berbeda. Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang nol sampai dengan satu. Semakin tinggi koefisien reliabilitas, semakin mendekati angka satu, maka semakin tinggi reliabilitasnya. Wells dan Wollack (Azwar, 2015) mengungkapkan bahwa skala dikatakan reliabel apabila skor *Cronbach Alpha* berada pada level di atas atau sama dengan 0,8 ( $\alpha \geq 0,8$ ), sehingga penelitian ini menggunakan batas skor



*Cronbach Alpha*  $\geq 0,8$ . Reliabilitas dari penelitian ini akan dapat dihitung dengan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 22 for Windows.

#### F. Metode Analisis Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas “X” di Yogyakarta. Untuk membuktikan hipotesis, peneliti akan melakukan serangkaian uji statistik. Data yang akan diuji secara statistik yaitu: (a) uji *internal consistency* dengan melihat skor *item-total correlation* ( $r \geq 0,25$ ), (b) uji reliabilitas melalui *Chronbach Alpha* ( $p \leq 0,05$ ;  $\alpha \geq 0,8$ ), (c) uji normalitas dengan analisis statistik *Kolmogorov-Smirnov* ( $p \geq 0,05$ ), (d) uji linieritas menggunakan Analisis Varians ( $p \leq 0,05$ ), dan (e) uji hipotesis melalui analisis statistik *Product Moment Pearson* ( $p \leq 0,05$ ). Seluruh penghitungan dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 22 for Windows.