

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Variabel adalah sebuah fenomena yang bervariasi (yang berubah-ubah) dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu standar dan sebagainya (Bungin, 2011). Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel Terikat (Y) : Perilaku konsumtif

Variabel Bebas (X) : Pengambilan keputusan

B. Definisi Operasional Variabel

1. Pengambilan Keputusan

Beberapa perbedaan yang secara umum telah diketahui antara pengambilan keputusan remaja dan orang dewasa tampaknya memiliki dasar neurologis. Bagian dari otak yang berhubungan dengan perencanaan jangka panjang, pengelolaan emosi, kontrol impuls, serta penilaian resiko dan keuntungan masih berkembang selama masa remaja (Papalia, Olds & Feldman, 2009).

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku seorang yang tidak lagi berdasarkan pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda yang mewah yang berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh keinginan dengan hasrat semata dan bukan merupakan kebutuhan Kardimandkk (2006).

C. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atribut dapat berupa manusia, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian (Yusuf, 2014). Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Pekanbaru sebanyak 1.046.566.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari objek, manusia, atau kejadian yang mewakili populasi (Yusuf, 2014). Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk perhitungan besaran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.046.566}{1.046.566 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi (ditentukan $\alpha = 0,1$)

Berdasarkan rumus diatas, hasil yang diperoleh adalah 99.99 sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang masyarakat kota Pekanbaru. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* ialah pengambilan sampel secara acak sederhana karena anggota populasi bersifat *homogeny* sehingga tiap anggota mempunyai kesempatan yang sama sebagai sampel (Bungin, 2011).

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan skala psikologi. Menurut Azwar (2012) skala adalah satu alat pengumpulan data kuantitatif berupa sejumlah pernyataan. Istilah skala lebih dipakai untuk menamakan alat ukur atribut non-kognitif yang khususnya di sajikan dalam format tulis. Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala dari variabel pengambilan keputusan dan variabel konsumtif.

1. Skala pengambilan keputusan

Skala pengambilan keputusan pada penelitian ini disusun dalam pernyataan yang mendukung (*Favorable*) dan yang tidak mendukung (*Unfavorable*) dengan empat alternatif jawaban yang diberikan untuk menghindari subjek dari kecenderungan tidak memberikan jawaban.

Bentuk skala yang digunakan adalah skala likert karena skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang

terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2008). Skala likert berisikan item pernyataan harus di jawab oleh partisipan dengan memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yaitu: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Tabel 3.1
Blue Print Skala Pengambilan Keputusan Sebelum Try Out

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Cara berpikir	1. Mengembangkan ide	1, 2, 3 4, 5, 6	26, 27, 28, 29, 30, 31,	12
		2. Memproses informasi secara kognitif	7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	32, 33, 34 35, 36, 37, 38, 39	16
2.	Toleransi terhadap ambiguitas	1. Menghargai keputusan orang lain	15, 16, 17, 18	40, 41, 42, 43	8
		2. Mengolah informasi yang tidak jelas agar menemukan informasi yang benar	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25	44, 45, 46, 47, 48, 49, 50	14
Total			25	25	50

Berdasarkan hasil uji coba skala pengambilan keputusan yang dilakukan pada tahun 2017, dihasilkan koefisien yang bergerak diantara 0,369 sampai 0,759. Nilai koefisien Alpha Cronbach's sebesar 0,949 dari 50. Berdasarkan uji coba yang dilakukan penulis, hasil koefisien yang bergerak 0,337 sampai 0,740. Nilai koefisien Alpha Cronbach's sebesar 0,960 dari 42 aitem yang di ujikan, 8 aitem

yang dinyatakan gugur yaitu : 25,26,27,30,31,32,34,35. Distribusi penyebaran aitem dapat di lihat pada table 3.2 sebagai berikut :

Blue Print Skala Pengambilan Keputusan Sebelum Try Out

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Cara berpikir	1. Mengembangkan ide	1, 2, 3 4, 5, 6	26, 27, 28, 29, 30, 31,32,	12
		2. Memproses informasi secara kognitif	7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	33, 34 35, 36, 37, 38, 39	16
2.	Toleransi terhadap ambiguitas	1. Menghargai keputusan orang lain	15, 16, 17, 18	40, 41, 42, 43	8
		2. Mengolah informasi yang tidak jelas agar menemukan informasi yang benar	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25	44, 45, 46, 47, 48, 49, 50	14
Total			24	18	48

2. Skala perilaku konsumtif

Skala pada penelitian ini menggunakan skala likert yang menurut Sugiyono (2011) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala ini subjek disediakan empat alternatif jawaban yang disusun dengan metode skala likert, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (ST), dan sangat tidak setuju (STS).

Table 3.2

Blue print skala perilaku konsumtif try out

Aspek	Indikator Perilaku	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Perilaku impulsif	Membeli barang tanpa di dasari kebutuhan	1, 2	3, 8	4
	Membeli barang karena diskon	22	6	2
	Membeli barang karena trendy	9,10,16,38	7,11,24,28	8
Pemborosan	Membeli barang karena hadiah	13,29	20,35	4
	Membeli barang karena keinginan sesaat	31,32,33	14,18,34	6
	Membeli barang tanpa memikirkan manfaatnya	12,36	15,17	4
Mencari kesenangan	Membeli barang karenamenarik danunik	4,21,25	23,26,37	6
	Membeli barang katena merk dan model	5,19	27,30	4
Total		19	19	38

Berdasarkan hasil uji coba skala perilaku konsumtif yang dilakukan pada tahun 2017, dihasilkan koefisien yang bergerak anantara 0,359 sampai 0,749. Nilai koefisien Alpha Cronbach's sebesar 0.941 dari 38 aitem yang diajukan. Berdasarkan hasil uji coba skala perilaku konsumtif yang dilakukan penulis, hasil koefisien yang bergerak antara 0,337 sampai 0,822 .nilaikoefisien Alpha Cronbach'ssebesar 0,958 dari 38 aitem yang di ajukan, 5 aitem di nyatakan gugur yaitu : 16, 20, 24, 37, 38. Distribusi peneybaran dapat di lihat pada table 3.2 sebagai berikut :

Blue Print Skala Perilaku konsumtif Sebelum Try Out

Aspek	Indikator Perilaku	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Perilaku impulsif	Membeli barang tanpa di dasari kebutuhan	1, 2	3, 8	4
	Membeli barang karena diskon	22	6	2
	Membeli barang karena trendy	9,10, 16,38	7,11, 24,28	8
	Membeli barang karena hadiah	13,29	20,35	4
Pemborosan	Membeli barang karena keinginan sesaat	31,32,33	14,18,34	6
	Membeli barang tanpa memikirkan manfaatnya	12,36	15,17	4
Mencari kesenangan	Membeli barang karenamenarik danunik	4,21,25	23,26, 37	6
	Membeli barang katena merk dan model	5,19	27,30	4
Total		17	16	33

E. Validatas dan Reabilitas

1. Validitas

Menurut Azwar (2012) untuk mengetahui apakah skala mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya, diperlukan suatu proses pengujian validitas atau validasi. Substansi yang terpenting dalam validasi skala psikologi adalah membuktikan bahwa stuktur seluruh aspek keperilakuan ,indikator keperilakuan dan aitem-aitem yang membentuk suatu konstrak yang akurat bagi atribut yang di ukur. Dalam estimasi validitas tidak dapat di tuntutan suatu koefisien yang sangat tinggi, koefisien validitas berada sekitar angka 0,50 lebih dianggap memuaskan. Namun apabila koefisien validitas itu kurang daripada 0,30 di anggap tidak memadai.

2. Reabilitas

Menurut Azwar (2012) reabilitas mengacu kepada kepercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak normal bila eror pengukurannya terjadi secara random. Koefisien reabilitas berada dalam rentang angka dari 0 sampai dnegan 1,00, sekalipun bila koefisien reabilitas semakin tinggi mendekati angka 1.00 berarti pengukuran semkain realibel. Dalam penelitian uji reabilitas dengan menggunakan formulasi alpha cronbach, dengan menggunakan program SPSS 17 for windows.

F. Metode Analisi Data

1. Uji persyarat analisis

Secara garis besar analisis data yang di lakukan dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah di bawa ini :

a. Uji normalitas

Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data ini berasal dari populasai yang sebenarnya atau tidak. Hal ini akan berimplikasi pada teknik statistik yang digunakan pada pengolahan data selanjutnya. Apabila hasil uji normalitas menunjukan data distribusi normal, maka teknik yang di gunakan adalah statistic nonparametric (Sugiyono, 2012).

b. Uji linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui bagaimana bentuk hubungan antara variabel perilaku konsumtif dengan variable pengambilan keputusan apakah linier atau tidak, suatu hubungan antara variabel di sebut linier apabila perubahan yang terjadi dalam suatu variabel di ikuti oleh perubahan yang sama atau sebanding dalam variabel lain (Sugiono, 2012).

2. Uji hipotesis penelitian

Ada pun teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu dengan teknik *product moment*, karena penelitian ini hanya menggunakan satu variable bebas dan satu variable tergantung. Semua perhitung an analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan *statistik program for sciences* seri 18.0 for windows.