

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasional yang bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2013). Agar lebih jelas, penulis akan mengembangkan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif.

#### B. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Adapun variabel-variabel penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (X) : Kepribadian Narsistik
2. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### C. Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini defenisi operasional dari variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

#### 1. Kepribadian Narsistik

Kepribadian narsistik adalah seseorang yang memiliki perasaan kagum pada dirinya sendiri dan merasa bahwa dirinya seseorang yang penting, unik, spesial, ambisius, dan suka mencari ketenaran, sehingga sulit menerima kritik dari orang lain.

#### 2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar perilaku membeli yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

### D. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. (Arikunto, 2006) populasi merupakan jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Suska yang masih tercatat sebagai mahasiswi fakultas ekonomi dan ilmu sosial jurusan akuntansi program studi S1. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 581 mahasiswa/i (lampiran). Peneliti mengambil subjek wanita

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena wanita diketahui lebih tertarik pada bentuk dan warna daripada kegunaannya, terlebih lagi wanita lebih mudah tertarik pada mode dan tren, (Mangkunegara, 2009).

**Tabel 3.1**  
**Populasi penelitian**

| Tahun         | Jumlah mahasiswi |
|---------------|------------------|
| 2016          | 112              |
| 2015          | 201              |
| 2014          | 268              |
| <b>Jumlah</b> | <b>581</b>       |

*Sumber: kasubag. Akademik fakultas FEKONSOS*

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) Sugiyono (2013). Sampel yang baik (biasa disebut sampel yang mewakili atau representatif) adalah sampel yang anggota-anggotanya mencerminkan sifat dan ciri-ciri yang terdapat pada populasi. Bahkan sangat diharapkan keadaan sampel dapat merupakan minatur dari populasi. Untuk mendapatkan sampel yang representative maka langkah yang diambil dalam penentuan sampel yaitu dengan teknik *sampling*.

Teknik *Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel kombinasi, yaitu teknik sampel yang menggunakan lebih dari satu macam teknik. Kombinasi dari dua teknik sampel yang digunakan adalah

teknik sampel *purposive quota*. Teknik sampel *purposive* dikenakan pada sampel yang karakteristiknya sudah ditentukan dan diketahui lebih dulu berdasarkan ciri dan sifat populasinya. Sedangkan teknik sampel kuota adalah dilakukan dengan jalan menetapkan terlebih dahulu jumlah individu yang akan diteliti.

Sampel *purposive* dari penelitian adalah remaja akhir 18-22 tahun, mengenakan *fashion* busana muslimah terkini dan terlihat *fashionable* (mengenakan pakaian yang sedang *trend*) seperti ; *long dress, tunik, kaffan*, dll, serta berdanda secara berlebihan baik dari segi pakaian, aksesoris dan *make up*. Sedangkan sampel kuota dari penelitian ini adalah berjumlah 237 orang mahasiswi jurusan akuntansi program studi S1 UIN Suska Riau.

Jadi, dalam penelitian ini jumlah populasinya (N) 581 mahasiswi dan batas toleransi kesalahan yang peneliti ambil 5%. Untuk mencari besaran sampel maka menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Nilai kritis (batasan ketelitian) yang diinginkan. Biasanya nilai kritis yang

digunakan adalah 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{581}{1+581 \cdot (0,05)^2} \end{aligned}$$

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$= \frac{581}{2,4525} = 237 \text{ mahasiswi}$$

Jadi, jumlah sampel penelitian ini untuk populasi 581 mahasiswi dengan tingkat kepercayaan 95% adalah 237 mahasiswi.

Untuk mendapatkan sampel setiap angkatan menggunakan rumus proporsional random yaitu:

$$\text{Sampel}_1 = \frac{\text{Populasi}_1}{\text{Total populasi}} \times \text{Total sampel}$$

Populasi seluruhnya = 581 mahasiswi

1. Tahun 2016  $= \frac{112}{581} \times 237 = 46$
2. Tahun 2015  $= \frac{201}{581} \times 237 = 82$
3. Tahun 2014  $= \frac{268}{581} \times 237 = 109$

### E. Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2010), metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala. Menurut Arikunto (2010) skala adalah sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan tertulis

yang digunakan untuk memperoleh informasi dari respon dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ingin diketahui. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 2 skala yaitu skala kepribadian narsistik dan skala perilaku konsumtif.

## 1. Alat Ukur

### a. Skala Kepribadian Narsistik

Skala ini peneliti susun berdasarkan kriteria narsistik menurut DSM IV TR. Skala dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok pernyataan, yaitu pernyataan *Favorabel* (mendukung) dan pernyataan *Unfavorabel* (tidak mendukung). Selanjutnya peneliti menyusun *blue print* skala yang berisi aspek-aspek kepribadian narsistik yang akan dibuat item.

**Tabel 3.2**  
**Blue Print Skala Kepribadian Narsistik**  
**Sebelum Uji Coba/ Try out**

| No            | Karakteristik   | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorabel</i> | Jumlah    |
|---------------|---|------------------|--------------------|-----------|
| 1             | Pandangan yang dibesarkan mengenai pentingnya dirinya | 1,2,3,4          | 5,6,7              | 7         |
| 2             | Arogansi  | 8,9,10,11,12     | 13,14              | 7         |
| 3             | Fokus pada fantasi keberhasilan                       | 15,16,17,18      | 19,20,21           | 7         |
| 4             | Kebutuhan ekstrim untuk dipuji                        | 22,23,24,25,26   | 27,28              | 7         |
| 5             | Berhak mendapatkan segala sesuatu                     | 29,30,31,32,33   | 34,35              | 7         |
| 6             | Mengeksploitasi orang lain                            | 36,37,38         | 39,40              | 5         |
| 7             | Perasaan iri pada orang lain                          | 41,42,43         | 44,45,46,47        | 7         |
| <b>Jumlah</b> |   |                  |                    | <b>47</b> |

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model skala kepribadian narsistik menggunakan model skala likert yang dibuat dalam empat alternatif jawaban yaitu :

**Tabel 3.3**  
**Sistem Penilaian kepribadian narsistik**

| <b>Pernyataan Favorabel</b> | <b>Nilai</b> | <b>Pernyataan Unfavorabel</b> | <b>Nilai</b> |
|-----------------------------|--------------|-------------------------------|--------------|
| SS                          | 4            | SS                            | 1            |
| S                           | 3            | S                             | 2            |
| ST                          | 2            | TS                            | 3            |
| STS                         | 1            | STS                           | 4            |

Skor jawaban tertinggi pada skala ditemui pada subjek yang mempunyai kepribadian narsistik yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan dalam skala, sedang skor jawaban terendah pada skala ditemui pada subjek yang mempunyai tingkat kepribadian narsistik yang rendah terhadap pernyataan – pernyataan dalam skala.

#### b. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif, peneliti susun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Stanton (1985). Berdasarkan aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh, ada tiga aspek perilaku konsumtif, diantaranya 1) *impulsif buying*, 2) *wastafel buying*, 3) *Non rational buying*. Selanjutnya peneliti menyusun *blue print* skala yang berisi aspek-aspek perilaku konsumtif yang akan dibuat item.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.4**  
**Blue print Skala Perilaku Konsumtif**  
**Sebelum Uji Coba/ Try out**

| No            | Aspek                      | Indikator  | Favorabel       | Unfavorabel    | Jumlah    |
|---------------|----------------------------|--|-----------------|----------------|-----------|
| 1             | <i>Impulsif buying</i>     | Membeli fashion muslimah karena hasrat yang tiba-tiba              | 1,2,3,4,5       | 6,7,8,9        | 9         |
|               |                            | Membeli fashion muslimah karena keinginan sesaat                   | 10,11,12,13     | 14,15,16,17    | 8         |
|               |                            | Membeli fashion muslimah tanpa pertimbangan                        | 18,19,20,21,22  | 23,24,25,26,27 | 10        |
| 2             | <i>Wasteful buying</i>     | Membeli busana muslimah secara emosional                           | 28,29,30        | 31             | 4         |
|               |                            | Membeli busana muslimah berdasarkan keinginan saja                 | 32,33,34,35,36, | 37,38          | 7         |
|               |                            | Membeli fashion muslimah bukan karena manfaat dari produk tersebut | 39,40,41        | 42,43,44,45    | 7         |
| 3             | <i>Non rational buying</i> | Membeli fashion muslimah berdasarkan kemewahan                     | 46,47           | 48,49          | 4         |
|               |                            | Membeli fashion muslimah berlebihan                                | 50,51,52        | 53,54          | 5         |
|               |                            | Membeli fashion muslimah yang bermerk                              | 55,56           | 57,58          | 4         |
| <b>Jumlah</b> |                            |  |                 |                | <b>58</b> |



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Skala dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok pernyataan, yaitu pernyataan Favorabel (mendukung) dan pernyataan Unfavorabel (tidak mendukung). Model skala perilaku konsumtif menggunakan model skala likert yang dibuat dalam empat alternatif jawaban yaitu :

**Tabel 3.5**  
**Sistem Penilaian Skala Perilaku Konsumtif**

| <b>Pernyataan Favorabel</b> | <b>Nilai</b> | <b>Pernyataan Unfavorabel</b> | <b>Nilai</b> |
|-----------------------------|--------------|-------------------------------|--------------|
| SS                          | 4            | SS                            | 1            |
| S                           | 3            | S                             | 2            |
| ST                          | 2            | TS                            | 3            |
| STS                         | 1            | STS                           | 4            |

Skor jawban tertinggi pada skala ditemui pada subjek yang mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan dalam skala, sedang skor jawaban terendah pada skala ditemui pada subjek yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif yang rendah terhadap pernyataan – pernyataan dalam skala.

## F. Validitas Dan Reliabilitas

### 1. Uji Coba Alat Ukur

Suatu skala dapat digunakan apabila dinyatakan valid dan reliabil menurut ukuran statistik tertentu melalui uji coba (*try out*) terlebih dahulu. Uji coba alat ukur ini dimaksudkan untuk menentukan validitas dan reabelitas alat ukur. Supaya aitem – aitem atau pernyataan dalam kedua skala tersebut benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji coba alat ukur dilakukan pada tanggal 15 Maret 2017 di Fakultas Ekonomi dan Ilmu

Sosial. Jumlah mahasiswi yang mengikuti yang mengikuti uji coba adalah 100 orang mahasiswi yang berjurusan Administrasi. Untuk angkatan 2016 berjumlah 40 subjek, angkatan 2015 berjumlah 35 subjek dan angkatan 2014 berjumlah 25 subjek. Aitem yang diuji cobakan berjumlah 105 aitem, dengan rincian 58 aitem perilaku konsumtif dan 47 aitem kepribadian narsistik.

## 2. Uji Validitas

Menurut Azwar (2010) validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Adapun validitas yang digunakan adalah validitas isi yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional dari *Professional Judgment*.

## 3. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2009) Uji reliabilitas merupakan suatu teknik yang digunakan untuk melihat seberapa jauh skala ini dapat memberikan hasil yang *ajeg* (konstan) dalam suatu pengukuran. Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kepercayaan hasil pengukuran suatu alat ukur. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas ( $r_{xx'}$ ) berada dalam rentang angka dari 0 sampai 1,00. Sekalipun bila koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati angka 1,00 berarti pengukuran semakin reliabel,

namun dalam kenyataan pengukuran psikologi koefisien sempurna yang mencapai angka  $r_{xx'} = 1,00$  belum pernah dijumpai.

Tinggi rendahnya reliabilitas ditentukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reabilitas angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisien reabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reabilitasnya. Sebaliknya, semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reabilitasnya. Setelah dianalisis menggunakan koefisien *Reabilitas Alpha* dari *Cronbach* dengan menggunakan bantuan komputerisasi *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 22 for windows*. Diperoleh reabilitas aitem-aitem dari variabel Kepribadian Narsistik sebesar 0,921 dan reabilitas aitem-aitem dari variabel perilaku konsumtif sebesar 0,887.

#### 4. Uji Daya Beda

Sebelum penelitian dilaksanakan maka alat ukur yang digunakan perlu melakukan uji coba, pada hasil uji coba alat ukur akan dilihat daya diskriminasi. Daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu dengan kelompok induvidu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar, 2007).

Daya diskriminasi merupakan koefisien yang menunjukkan bahwa fungsi aitem selaras dengan fungsi tes. Aitem yang memiliki daya beda diskriminasi baik merupakan aitem yang konsisten karena mampu menunjukkan perbedaan antara sampel pada aspek yang diukur dengan skala

yang digunakan (Azwar, 2011). Umumnya, skala psikologi yang digunakan untuk menentukan daya diskriminasi diatas 0.30 atau 0.25 sudah dianggap mengindikasi daya diskriminasi yang baik. Namun, apabila jumlah aitem yang lolos tidak mencukupi jumlah yang diinginkan maka peneliti dapat menurunkan batas kriteria 0.30 menjadi 0.25 (Azwar, 2007).

Dalam penelitian ini peneliti menentukan daya diskriminasi diatas 0.30. dengan demikian aitem koefisien  $< 0.30$  dinyatakan tidak valid, sedangkan aitem yang di anggap valid adalah aitem dengan koefisien korelasi  $\geq 0.30$ .

a. Kepribadian Narsistik

Dari hasil perhitungan melalui komputerisasi pada skala kepribadian narsistik diperoleh indeks daya beda bergerak dari 0,313 sampai 0,765. Berdasarkan hasil uji indeks daya beda diperoleh aitem skala kepribadian narsistik yang dinyatakan baik berjumlah 23 aitem dan aitem yang gugur berjumlah 24 aitem. *Blue print* hasil uji indeks daya beda aitem skala kepribadian narsistik adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.6**  
**Blueprint skala kepribadian narsistik (Tryout)**

| No            | Indikator  | Aitem Valid            |          | Aitem Gugur  |           | Jumlah    |
|---------------|--|------------------------|----------|--------------|-----------|-----------|
|               |  | F                      | UF       | F            | UF        |           |
| 1             | Pandangan yang<br>dibesar-besarkan<br>mengenai<br>pentingnya dirinya | 3                      | -        | 1,2,4        | 5,6,7     | 7         |
| 2             | Arogansi   | 9,10                   | 13,14    | 8,11,12      | -         | 7         |
| 3             | Fokus pada fantasi<br>keberhasilan                                   | 15                     | 21       | 16,17,<br>18 | 19,20     | 7         |
| 4             | Kebutuhan ekstrim<br>untuk dipuji                                    | 22,23,2<br>4,25,<br>26 | 27       | -            | 28        | 7         |
| 5             | Berhak mendapatkan<br>segala sesuatu                                 | 29,30,3<br>1           | 34       | 32,33        | 35        | 7         |
| 6             | Mengeksploitasi<br>orang lain  | 36,37                  | 40       | 38           | 39        | 5         |
| 7             | Perasaan iri pada<br>orang lain                                      | 43                     | 46,47    | 41,42        | 44,45     | 7         |
| <b>Jumlah</b> |  | <b>15</b>              | <b>8</b> | <b>14</b>    | <b>10</b> | <b>47</b> |

Skala kepribadian narsistik (X) memiliki 47 aitem. Setelah dilakukan ujicoba dari 47 aitem kepribadian narsistik, terdapat 24 yang gugur, yang tidak memenuhi koefisien diatas 0,30. Penelitan menggunakan 23 aitem yang valid untuk skala peneliti kepribadian narsistik. Hasil perhitungan analisis menggunakan bantuan *Statistical And Product And Service Solution (SPSS) 22 For Windows* pada skala kepribadian narsistik diperoleh indeks daya beda bergerak dari 0,313 – 0,765. Setelah diperoleh aitem-aitem yang valid, aitem tersebut disusun kembali dengan menyesuaikan nomer aitem pada pola aitem sebelumnya. Oleh karena, dibuat blueprint skala kepribadian narsistik dibawah ini

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.7**  
**Blueprint skala kepribadian narsistik (Penelitian)**

| No            | Indikator   | Nomor Aitem     |          | Jumlah    |
|---------------|---|-----------------|----------|-----------|
|               |   | F               | UF       |           |
| 1             | Pandangan yang dibesar-besarkan mengenai pentingnya dirinya | 3               | -        | 1         |
| 2             | Arogansi  | 9,10            | 13,14    | 4         |
| 3             | Fokus pada fantasi keberhasilan                             | 15              | 21       | 2         |
| 4             | Kebutuhan ekstrim untuk dipuji                              | 22,23,24,25, 26 | 27       | 6         |
| 5             | Berhak mendapatkan segala sesuatu                           | 29,30,31        | 34       | 4         |
| 6             | Mengeksploitasi orang lain                                  | 36,37           | 40       | 3         |
| 7             | Perasaan iri pada orang lain                                | 43              | 46,47    | 3         |
| <b>Jumlah</b> |   | <b>15</b>       | <b>8</b> | <b>23</b> |

## b. Perilaku Konsumtif

Pada skala perilaku konsumtif (Y) memiliki 58 aitem, berdasarkan hasil uji indeks daya beda aitem diperoleh perhitungan bergerak dari 0,318 sampai 0,547

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.8**  
**Blueprint skala perilaku konsumtif (tryout)**

| No            | Aspek                      | Aitem Valid     |                             | Aitem Gugur                                   |                      | Jumlah    |
|---------------|----------------------------|-----------------|-----------------------------|---|----------------------|-----------|
|               |                            | F               | UF                          | F   | UF                   |           |
| 1             | <i>Impulsif buying</i>     | 1,4,5,28,<br>29 | 6,7,9<br>14,17,2<br>4,25,26 | 2,3,10,11,<br>12,13,18,1<br>9,20,21,22<br>,30 | 8,15,16,23,2<br>7,31 | 31        |
| 2             | <i>Wasteful buying</i>     | 34,36,39        | 38,42,4<br>3,45             | 32,33,35,<br>40,41                            | 37,44                | 14        |
| 3             | <i>Non rational buying</i> | 46,50,55        | 53,58                       | 47,51,52,<br>56                               | 48,49,54,57          | 13        |
| <b>Jumlah</b> |                            | <b>11</b>       | <b>14</b>                   | <b>21</b>                                     | <b>12</b>            | <b>58</b> |

Skala perilaku konsumtif (Y) memiliki 58 aitem. Setelah dilakukan ujicoba dari 58 aitem perilaku konsumtif, terdapat 33 aitem yang gugur, yang tidak memenuhi koefisien diatas 0,30. Penelitian menggunakan 25 aitem yang valid untuk skala penelitian perilaku konsumtif. Hasil perhitungan analisis menggunakan bantuan *Statistical And Product And Service Solution (SPSS) 22 For Windows* pada skala perilaku konsumtif diperoleh indeks daya beda bergerak dari 0,318 sampai 0,547. Setelah diperoleh aitem-aitem yang valid, aitem tersebut disusun kembali dengan menyesuaikan nomer aitem pada pola aitem sebelumnya. Oleh karena, dibuat blueprint skala perilaku konsumtif dibawah ini:

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3.9**  
**Bluprint skala perilaku konsumtif (Penelitian)**

| No            | Aspek                      | Aitem Valid  |                       | Jumlah    |
|---------------|----------------------------|--------------|-----------------------|-----------|
|               |                            | F            | UF                    |           |
| 1             | <i>Impulsif buying</i>     | 1,4,5,28, 29 | 6,7,9,14,17,24, 25,26 | 13        |
| 2             | <i>Wasteful buying</i>     | 34,36,39     | 38,42,43,45           | 8         |
| 3             | <i>Non rational buying</i> | 46,50,55     | 53,58                 | 5         |
| <b>Jumlah</b> |                            | <b>11</b>    | <b>14</b>             | <b>25</b> |

### G. Teknik Analisis Data

Analisa dari penelitian dilakukan agar data yang sudah diperoleh dapat dibaca dan ditafsirkan. Hubungan kedua variabel akan diperoleh dengan menggunakan teknik analisis korelasi parametrik yaitu *Product Moment* dengan bantuan program *SPSS 22.00 For Windows*. Teknik analisa korelasi *product moment* yang digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel X (Kepribadian Karsistik) dengan variabel Y (Perilaku Konsumtif).