

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

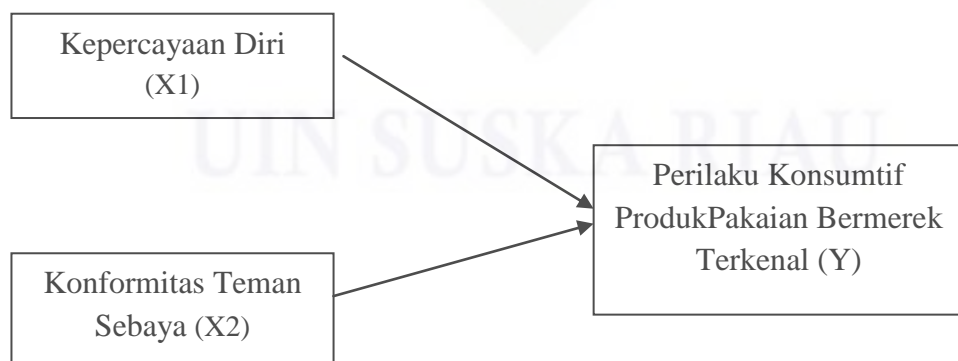
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 bentuk penelitian kuantitatif korelasi dengan menggunakan teknik analisis *Multiple Regresion* (Regresi Ganda). Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini mempunyai tiga variabel yaitu variabel X_1 , X_2 dan variabel Y . Dimana korelasi yang menghubungkan antara kepercayaan diri (X_1) dan konformitas teman sebaya (X_2) dengan Perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal pada mahasiswa UIN Suska Riau (Y), seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini :



Gambar : 3. 1. Variabel Penelitian



B. Identifikasi Variabel Penelitian

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

Variabel dalam penelitian ini adalah :

Variabel Bebas (X1) : Kepercayaan diri

Variabel Bebas (X2) : Konformitas Teman Sebaya

Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif Produk Pakaian bermerek Terkenal

C. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Perilaku Konsumtif Produk Pakaian Bermerek Terkenal

Perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal adalah perilaku individu yang ditunjukkan dengan mengkonsumsi pakaian dengan kualitas bagus dan memiliki desain menarik secara berlebihan, serta tidak terencana sebelumnya yang sebenarnya pakaian tersebut kurang atau bahkan tidak dibutuhkan tetapi hanya mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan mendapatkan kepuasan ataupun kesenangan serta mengesampingkan kebutuhan sehingga menimbulkan pemborosan.

Variabel ini akan diukur berdasarkan beberapa aspek menurut Lina dan Rasyid (dalam Fitrohusadi, 2015) yaitu :



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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*)

Indikator :

1. Keinginan sesaat
2. Tanpa pertimbangan

b. Pemborosan (*Wasterful buying*)

Indikator :

1. Boros
2. Mengikutitrend

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Indikator :

1. Mencari kesenangan
2. Mencari kepuasan

2. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu pada diri subjek sebagai karakteristik pribadi yang didalamnya meliputi keyakinan akan kemampuan diri sendiri dengan adanya kepercayaan pada kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Kepercayaan diri menjadi kebutuhan diri yang paling penting untuk berinteraksi dengan orang lain dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Variabel ini akan di ukur berdasarkan beberapa aspek menurut Lauster (dalam Ghufron, 2012) diantaranya yaitu:



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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Keyakinan kemampuan diri

Indikator :

1. Sikap positif seseorang tentang dirinya sehingga ia mampu secara bersungguh-sungguh dengan apa yang dilakukannya.

b. Optimis

Indikator :

1. Keyakinan hasil usaha yang dilakukan
2. Keyakinan untuk diterima

c. Objektif

Indikator :

1. Menerima kritikan
2. Menerima pendapat

d. Bertanggung jawab

Indikator :

1. Kesiediaan seseorang untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.

e. Rasional dan realistis.

Indikator :

1. Berfikir logis dan sesuai kenyataan

3. Konformitas Teman Sebaya

Konformitas teman sebaya adalah keinginan untuk menjadi sama,sesuai,seragam dengan nilai-nilai kebiasaan dan kegemaran (hobi), serta



agar diterima dalam lingkungan teman sebayanya dengan cara mengikuti norma-norma yang yang diciptakan dalam kelompok tersebut yang merupakan lingkungan sosial yang pertama dan sebagai wadah penyesuaian diri yang jauh berbeda dengan apa yang ada didalam lingkungan keluarga. Variabel ini akan diukur berdasarkan beberapa aspek penting menurut Baron dan Byrne (2005) yaitu:

a. Pengaruh *sosial Normatif*

Indikator :

1. Keinginan untuk disukai
2. Takut tidak diterima

b. Pengaruh *sosial informasional*

Indikator :

1. Menerima pendapat orang lain
2. Membenarkan kelompok

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian yang memiliki karakteristik bersama yang membedakan dari kelompok subjek yang lain (Azwar, 2010). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah

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.

mahasiswa aktif Fekonsos angkatan 2014, 2015, dan 2016 berjenis kelamin perempuan dengan jurusan Akuntansi di UIN Suska Riau.

Tabel 3.1
Jumlah Populasi Mahasiswi Fekonsos jurusan akuntansi UIN Suska Riau

Angkatan	Jumlah mahasiswa
2016	112 orang
2015	201 orang
2014	268 orang
Total	581 orang

Sumber data : Akademik Fak. Fekonsos UIN Suska Riau Tahun 2016.

2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini belum diketahui jumlah sampel yang akan digunakan sehingga untuk penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan teori Idrus (2009) mengatakan jika jumlah populasi dibawah 100 orang, tampaknya jumlah tersebut masih kurang memenuhi syarat representatif. Jika kurang dari atau sama dengan 100 orang, sebaiknya peneliti mengambil sekitar 60% -75% sebagai sampel. Tentunya jika jumlah populasinya besar, tidak harus sebanyak itu. Angka 30% dapat dianggap cukup untuk menentukan jumlah sampel yang ingin diambil.

Berdasarkan konsep diatas penelitian ini populasinya lebih dari 100 orang yaitu 581 orang. Maka peneliti mengambil sampel 30% dari popuasi 581 orang yaitu sebanyak 174 orang.

Rumus :

$$\text{Sampel} = 30\% \times \text{Populasi}$$

$$\text{Sampel} = 30/100 \times 581 = 174 \text{ orang}$$

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 3.2
Sampel Penelitian

Populasi	Kelas	Try Out	Riset
Angkatan 2016	II.A	15	
	II.B		21
	II.C	12	
	II.D		19
	II.E		
	II.F		11
Angkatan 2015	IV.A	18	
	IV.B		
	IV.C		20
	IV.D		
	IV.E	13	
	IV.F		14
	IV.G		
	IV.H		15
Angkatan 2014	VI.A		17
	VI.B		11
	VI.C	12	
	VI.D	10	
	VI.E		
	VI.F	10	
	VI.G		
	VI.H		16
	VI.I		
	VI.J		17
	VI.K		13
	Jumlah	24	90

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan teknik *sampling* (Sugiyono, 2014). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling sistematis*. *Sampling sistematis* adalah pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. (Sugiyono, 2014).



E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai sumber (Sugiyono, 2014). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. model skala yang digunakan yaitu skala *likert* yang terdiri dari skala kepercayaan diri, skala konformitas teman sebaya dan skala perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal.

1. Alat Ukur

Adapun alat ukur yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah Skala Psikologi. Skala adalah suatu metode penyelidikan yang bersifat konstruk yang menggambarkan aspek kepribadian individu dengan menggunakan daftar pernyataan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh individu yang menjadi objek dari penelitian tersebut. Penggunaan skala dimaksud untuk memberi gambaran tentang kepribadian subjek karena pernyataan yang diajukan bersifat tidak langsung dan memberikan keleluasaan menjawab pada subjek karena didalam skala tidak ada jawaban yang “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh (Azwar, 2009).

Penelitian ini menggunakan tiga skala, pertama skala yang dimaksud adalah untuk mengungkapkan tentang perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal. Kedua skala kepercayaan diri dan yang ketiga skala konformitas teman sebaya.

a) Alat ukur Perilaku Konsumtif Produk Pakaian Bermerek Terkenal

Untuk mengungkapkan perilaku konsumtif produk pakaian pada mahasiswa menggunakan skala perilaku konsumtif. Skala ini dibuat berdasarkan beberapa aspek penting menurut Lina dan Rosyid (dalam Fitrohusadi, 2015) Skala ini dimodifikasi dari skala yang dibuat oleh Sherly pada tahun 2016. Skala ini disusun dengan model skala *likert*. Skala ini terdiri dari *Favourable* dan *Unfavourable* yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan menghilangkan jawaban netral. Penghilangan jawaban netral ini berguna untuk menghindari jawaban yang mengelompokan sehingga dikhawatirkan peneliti akan kehilangan banyak data. Untuk penelitian ini penilaian berkisar dari 1 (satu) hingga 4 (empat). Pernyataan *Favourable* di beri skor sebagai berikut : Sangat Sesuai (SS) = 4, Sesuai (S) = 3, Tidak Sesuai (TS) = 2, Sangat Tidak Sesuai (STS)= 1. Kemudian pernyataan *Unfavourable* diberikan skor sebagai berikut : Sangat Sesuai (SS) = 1, Sesuai(S) = 2, Tidak Sesuai(TS) = 3, Sangat Tidak Sesuai (STS) = 4.

Tabel 3.3
Blue Print Perilaku Konsumtif Produk Pakaian Bermerek Terkenal (Try Out)

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>),	a. Keinginan sesaat b. Tanpa pertimbangan	1, 2, 13, 14	3, 4, 15, 16	8
2	Pemborosan (<i>Wasterful buying</i>)	a. Boros b. Mengikuti <i>Trend</i>	5, 6, 17, 18	7, 8, 19,20	8
3	Mencari kesenangan (<i>Non rational buying</i>)	a. Mencari kesenangan b. Mencari kepuasan	9, 10, 21, 22	11, 12, 23,24	8
Total			12	12	24

b) Alat ukur Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri dibuat berdasarkan beberapa aspek dari Lauster (dalam Ghufron, 2012). Skala ini dibuat peneliti untuk mengungkapkan Kepercayaan diri. Skala ini disusun dengan model skala *likert*. Skala ini terdiri dari *Favourable* dan *Unfavourable* yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan menghilangkan jawaban netral. Penghilangan jawaban netral ini berguna untuk menghindari jawaban yang mengelompokan sehingga dikhawatirkan peneliti akan kehilangan banyak data. Untuk penelitian ini penilaian berkisar dari 1 (satu) hingga 4 (empat). Pernyataan *Favourable* di beri skor sebagai berikut : Sangat Sesuai (SS) = 4, Sesuai (S) = 3, Tidak Sesuai (TS) = 2, Sangat Tidak Sesuai (STS) = 1. Kemudian pernyataan *Unfavourable* diberikan skor sebagai berikut : Sangat Sesuai (SS) = 1, Sesuai (S) = 2, Tidak Sesuai (TS) = 3, Sangat Tidak Sesuai (STS) = 4.

Tabel 3.4
Blue Print Skala Kepercayaan Diri (Try Out)

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah Aitem
			Favorable	Unfavorable	
1	Keyakinan kemampuan diri	a. Sikap positif seseorang tentang dirinya sehingga ia mampu bersungguh-sungguh melakukan sesuatu	1, 2, 3, 4	5, 6, 7, 8	8
2	Optimis	a. Keyakinan hasil usaha yang dilakukan	9, 13	10, 11, 12,	5
		b. Yakin untuk diterima	15	14	2

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.

3	Objektif	a. Menerima kritikan	17	16	2
		b.Menerima pendapat	18	19	2
4	Bertanggung jawab	a. Kesiediaan untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya	20, 21, 22, 23	24, 25, 26, 27	8
5	Rasional dan realistis	a. Berfikir logis dan sesuai kenyataan	28, 29	30, 31	4
Jumlah			15	16	31

c) Alat Ukur Konformitas Teman Sebaya

Skala konformitas teman sebaya dibuat berdasarkan beberapa aspek penting menurut Baron dan Byrne (2005) Skala ini dimodifikasi dari skala yang dibuat oleh Risnawati pada tahun 2012 untuk mengungkapkan konformitas teman sebaya dan peneliti juga menambahkan beberapa aitem untuk menghindari hilangnya perwakilan aitem untuk mengungkapkan suatu indikator. Skala ini dibuat peneliti untuk mengungkapkan konformitas teman sebaya. Skala ini disusun dengan model skala *likert*. Skala ini terdiri dari *Favourable* dan *Unfavourable* yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dengan menghilangkan jawaban netral. Penghilangan jawaban netral ini berguna untuk menghindari jawaban yang mengelompokan sehingga dikhawatirkan peneliti akan kehilangan banyak data. Untuk penelitian ini penilaian berkisar dari 1 (satu) hingga 4 (empat). Pernyataan *Favourable* di beri skor sebagai berikut : Sangat Sesuai (SS)= 4, Sesuai (S) = 3, Tidak Sesuai(TS) = 2, Sangat Tidak Sesuai (STS)= 1. Kemudian pernyataan *Unfavourable* diberikan skor sebagai

berikut : Sangat Sesuai (SS) = 1, Sesuai(S) = 2, Tidak Sesuai(TS) = 3, Sangat Tidak Sesuai (STS) = 4

Tabel 3.5
Blue Print Konformitas Teman Sebaya(Try out)

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	<i>Normatif</i>	a. Keinginan untuk disukai orang lain	1,4, 6, 5	2, 3, 7, 8	14
		b. Takut tidak diterima	9, 11,12	10, 13, 14	
2	<i>Informasional</i>	a.Menerima pendapat orang lain	15,17, 20	16, 18, 19	11
		b.Membenarkan kelompok	21, 23,25	22, 24	
Total			13	12	25

F. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, maka alat ukur yang digunakan harus diuji cobakan terlebih dahulu. Pelaksanaan uji coba dilakukan dengan skala dibagikan secara langsung kepada subyek. Sebelum skala dibagikan kepada subyek, terlebih dahulu peneliti menjelaskan maksud, tujuan serta penjelasan terkait tata cara pengisian skala tersebut. Dalam pelaksanaan uji coba diberikan kepada mahasiswa Fekonsos jurusan Akuntansi UIN Suska Riau sebanyak 90 orang mahasiswa angkatan 2014,2015 dan 2016. Uji coba dilakukan pada tanggal 03 April 2017 hingga tanggal 6 April 2017.



G. Validitas, Indeks Daya Beda dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketetapan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut (Azwar, 2014).

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*Content Validity*). Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau lewat *professional judgment* (Azwar, 2013). Validasi ini adalah sejauhmana aitem-aitem tes mewakili komponen-komponen dalam keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur (aspek representasi) dan sejauh mana aitem-aitem tes mencerminkan ciri perilaku yang hendak diukur (aspek relevansi) (Azwar, 2013).

Hasil estimasi validitas suatu pengukuran pada umumnya dinyatakan secara empirik oleh suatu koefisien yang disebut koefisien validitas. Koefisien validitas hanya punya makna apabila mempunyai harga yang positif. Walaupun semakin tinggi mendekati angka 1,00 berarti suatu tes semakin valid hasil ukurnya namun pada kenyataannya suatu koefisien validitas tidak pernah mencapai angka 1,00. Bahkan memperoleh koefisien validitas yang tinggi adalah lebih sulit dari pada memperoleh koefisien reliabilitas yang tinggi (Azwar, 2014).



2. Indeks Daya Beda Item

Indek daya beda adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Indek daya beda aitem merupakan pula indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi aitem-total (Azwar, 2012).

Besarnya koefisien korelasi aitem-total bergerak dari 0 sampai dengan 1,00 dengan tanda positif atau negatif. Semakin baik daya beda aitem maka koefisien korelasinya semakin mendekati angka 1,00. Koefisien yang kecil mendekati angka 0 atau yang memiliki tanda negatif mengindikasikan bahwa aitem yang bersangkutan tidak memiliki daya beda. Sebagai kriteria pemilihan aitem berdasarkan koefisien korelasi aitem-total, biasanya digunakan batasan $\geq 0,30$. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi tersebut daya bedanya dianggap memuaskan. Namun apabila jumlah aitem ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, dapat dipertimbangkan untuk menurunkan sedikit batas kriteria yaitu menjadi 0,25 sehingga jumlah aitem yang diinginkan dapat tercapai (Azwar,2012).

Skala penelitian diuji cobakan pada 90 mahasiswa aktif fekonsos jurusan Akutansi UIN Suska Riau pada tanggal 3 April 2017 hingga tanggal 6 April 2017. Perhitungan data uji coba diolah dengan menggunakan sistem komputerisasi *SPSS*. Berdasarkan hasil perhitungan pada skala perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal pada skala ini terdapat 24 aitem yang telah diuji dengan menggunakan komputerisasi *SPSS*. Hasil perhitungan pada

skala perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal diperoleh 21 aitem yang valid dengan koefisien korelasi daya butir aitem ≥ 0.30 , bergerak dari 0.334 sampai 0.781, sedangkan 3 aitem lainnya dinyatakan gugur.

Tabel 3.6
Blue Print Perilaku Konsumtif Produk Pakaian Bermerek Terkenal
(Valid dan Gugur Hasil Try Out)

No	Aspek	No item				Jumlah
		Favourable		Unfavourable		
		Valid	Gugur	Valid	Gugur	
1.	Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>),	1, 2, 13, 14,	-	3, 4, 15, 16	-	8
2.	Pemborosan (<i>Wasterful buying</i>)	5, 6, 17, 18		8, 19, 20	7	8
3.	Mencari kesenangan (<i>non rational buying</i>)	9,10, 21	22	11,12, 23	24	8
	Total	11	1	10	2	24

Pada skala kepercayaan diri terdapat 31 aitem yang telah diuji dengan menggunakan komputersasi SPSS. Hasil perhitungan pada skala kepercayaan diri diperoleh 22 aitem yang valid dengan koefisien korelasi daya butir aitem ≥ 0.25 , bergerak dari 0.253 sampai 0.728, sedangkan 9 aitem lainnya dinyatakan gugur.

Tabel 3.7
Blue Print Skala Kepercayaan Diri
(Valid dan Gugur Hasil Try Out)

No	Aspek	No item				Jmlh
		Favourable		Unfavourable		
		Valid	Gugur	Valid	Gugur	
1.	Keyakinan kemampuan diri	1, 2, 3, 4	-	5, 8	6, 7	8
2.	Optimis	-	9, 13,15	12,14	10, 11	7
3.	Objektif	17, 18	-	16, 19	-	4
4.	Bertanggung jawab	20, 21, 23	22	24, 25, 26, 27		8
5.	Rasional dan realistis	28, 29	-	31	30	4
	Total	11	4	11	5	31

Pada skala konformitas teman sebaya terdapat 25 aitem yang telah diuji dengan menggunakan komputerisasi SPSS. Hasil perhitungan pada skala konformitas teman sebaya diperoleh 19 aitem yang valid dengan koefisien korelasi daya butir aitem ≥ 0.30 , bergerak dari 0.340 sampai 0.737, sedangkan 6 aitem dinyatakan gugur.

Tabel 3.8
Blue Print Skala Konformitas Teman Sebaya
(Valid dan Gugur Hasil Try Out)

No	Aspek	No item				Juml
		Favourable		Unfavourable		
		Valid	Gugur	Valid	Gugur	
1.	<i>Normatif</i>	4, 6, 5, 9, 11,	1, 12	3, 7, 8, 10, 13, 14	2	14
2.	<i>informasional</i>	17, 20, 21, 23,	15, 25	18, 19, 22, 24	16	11
Total		9	4	10	2	25

Berdasarkan rincian jumlah aitem skala perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal, kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya yang valid dan gugur, maka peneliti menyusun kembali *blue print* skala perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal, kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya untuk digunakan dalam penelitian. Berikut adalah rincian mengenai jumlah aitem skala perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal, kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya yang valid setelah dilakukan uji coba :

Tabel 3.9
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Produk Pakaian Bermerek Terkenal (Untuk Penelitian)

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jmlah
1	Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>),	a. Keinginan sesaat b. Tanpa pertimbangan	1, 2, 13 14	3, 4, 15, 16	8
2	Pemborosan (<i>Wasterful buying</i>)	a. Boros b. Mengikuti Trend	5, 6, 17, 18	8, 19,20	7
3	Mencari kesenangan (<i>Non rational buying</i>)	a. Mencari kesenangan b. Mencari kepuasan	9, 10, 21	11, 12, 23	6
Total			11	10	21

Tabel 3.10
Blue Print Skala Kepercayaan Diri (Untuk Penelitian)

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah Aitem
			Favorable	Unfavorable	
1	Keyakinan kemampuan diri	a. Sikap positif seseorang tentang dirinya sehingga ia mampu bersungguh-sungguh melakukan sesuatu	1, 2, 3, 4	5, 8	6
2	Optimis	a. Keyakinan hasil usaha yang dilakukan	-	12	1
		b. Yakin untuk diterima	-	14	1
3	Objektif	a. Menerima kritikan	17	16	2
		b. Menerima pendapat	18	19	2
4	Bertanggung jawab	a. Kesiediaan untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya	20, 21, 23	24, 25, 26, 27	7
5	Rasional dan realistis	a. Berfikir logis dan sesuai kenyataan	28, 29	31	3
Jumlah			11	11	22

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 mengemukakan 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.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 3.11
Blue Print Konformitas Teman Sebaya
(Untuk Penelitian)

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	<i>Normatif</i>	a. Keinginan untuk disukai orang lain	4, 6, 5	3, 7, 8	11
		b. Takut tidak diterima	9, 11	10, 13, 14	
2	<i>Informasional</i>	a. Menerima pendapat orang lain	17, 20	18, 19	8
		b. Membenarkan kelompok	21, 23	22, 24	
Total			9	10	19

3. Reliabilitas

Reliabel (*reliable*), yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran kecil (Azwar, 2012). Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi maksudnya adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2014). Penelitian ini menggunakan konsistensi Alpha yang mana untuk melakukan estimasi reliabilitas Alpha tes dapat dibelah menjadi beberapa bagian. Pembelahan ini sangat penting untuk menjadikan banyaknya aitem dalam setiap belahan sehingga diharapkan belahan tersebut (Azwar, 2014).

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur dari dua tes yang paralel, berarti konsistensi diantara keduanya semakin baik dan kedua alat ukur itu disebut sebagai alat ukur yang reliabel. Sebaliknya,

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apabila korelasi antara hasil dari dua alat ukur yang paralel ternyata tidak tinggi maka disimpulkan bahwa reliabilitasnya rendah. Walaupun secara teoritik besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai dengan 1,00 akan tetapi pada kenyataannya koefisien sebesar 1,00 tidak pernah dijumpai (Azwar, 2014).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap data uji coba dengan menggunakan SPSS 17.0 *for Windows*, diperoleh koefisien korelasi reliabilitas (α) dari setiap variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Jumlah aitem	Cronbach's Alpha
Perilaku Konsumtif Produk Pakaian Merek Terkenal	24	0.936
Kepercayaan Diri	31	0.910
Konformitas Teman Sebaya	25	0.886

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi (α) variabel perilaku konsumtif produk pakaian merek terkenal, kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya tergolong tinggi sehingga alat ukur layak digunakan dalam penelitian.

H. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis Regresi Berganda yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program *Statistical Product And Service Solutions* (SPSS) 17.0 *for windows*.



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

I. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Tabel 3.13
Jadwal Penelitian

No	Jenis kegiatan	Tanggal pelaksanaan
1.	Seminar Proposal	1 Februari 2017
2.	Uji Coba Skala (<i>Try Out</i>)	3 -6April 2017
3.	Penelitian	24 -29 April 2017
4.	Pengolahan Data Hasil Penelitian	07 Mei 2017
5.	Seminar Hasil	26 juli 2017
6.	Ujian Munaqasah	20 September 2017

UIN SUSKA RIAU