

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian komparatif, yang membandingkan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari status sosial ekonomi orangtua di SMKN 4 Pekanbaru.

B. Variabel Penelitian

Adapun variabel-variabel penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

Variabel X : Perilaku konsumtif

Variabel Y : Status sosial ekonomi orangtua

C. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah defenisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefenisikan dan dapat diamati. Defenisi operasional digunakan untuk menjelaskan pengertian perasional dari variabel-variabel penelitian dan menyamakan persepsi agar terhindar dari kesalahpahaman dalam menafsirkan variabel-variabel yang didefenisikan (Arikunto, 2006).

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

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Adapun indikator perilaku konsumtif adalah:

- a) Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b) Membeli produk karena kemasan menarik.
- c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- d) Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap *prestige*.
- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- f) Memakai produk karena unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan.
- g) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif.
- h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

2. Status Sosial Ekonomi Orangtua

Status sosial ekonomi adalah variabel yang kedudukan atau posisi seseorang didalam masyarakat berkaitan dengan penghasilan. Dengan nilai pendapatan perbulan sebesar yaitu :

- a) Penduduk kategori miskin atau bawah Rp 243.729,-/bulannya.
- b) Penduduk kategori menengah Rp 750.000-1.900.000,-/bulannya.

- c) Penduduk kategori atas Rp 2.000.000,-/bulannya.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi Penelitian

Populasi menurut Hadi (2004) adalah seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X (sepuluh) kelas XI (sebelas). SMKN 4 Pekanbaru Populasi ini disebabkan karena siswa di SMKN 4 Pekanbaru terdiri dari siswa yang berstatus sosial ekonomi tinggi, menengah, dan rendah, berdasarkan kriteria diatas, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas I dan kelas II SMKN 4 Pekanbaru dengan jurusan Teknik Komputer Jaringan yang berjumlah 316 orang siswa.

Tabel 3.1

Rekapitulasi Jumlah Siswa dan Siswi SMKN 4 Pekanbaru Tahun Ajaran 2012/2013 Jurusan Teknik Komputer Jaringan Kelas X dan XI

No	Kelas	Jumlah Populasi	
1	X (TKJ)	X 1	54
		X 2	55
		X 3	55
2	XI (TKJ)	XI 1	51
		XI 2	50
		XI 3	51
Total		316	

Sumber: *Bagian Tata Usaha SMKN 4 Pekanbaru*

2) Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila jumlah populasi kurang dari 100, maka lebih baik diambil secara keseluruhan, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi selanjutnya jika populasi besar dari 100, maka dapat diambil antara 10-15 atau 20-

25% atau lebih. Berdasarkan pendapat di atas, karena jumlah populasi lebih dari 100, maka peneliti mengambil sampel 20% dari populasi yaitu sebanyak 99 siswa. yang masing-masing terdiri dari pendapatan ekonomi orangtua rendah sebanyak 49 orang dan pendapatan ekonomi orangtua tinggi sebanyak 50 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan metode skala. Azwar (2010) menyatakan bahwa skala merupakan alat ukur psikologi dalam bentuk kumpulan pernyataan-pernyataan yang disusun sedemikian rupa, sehingga respon terhadap pernyataan tersebut dapat diberi skor dan kemudian diinterpretasikan. Skala memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari berbagai bentuk alat pengumpulan data yang lain seperti angket.

Dalam penyajian alternatif jawaban peneliti sedikit melakukan modifikasi yaitu dengan menghilangkan alternatif jawaban tengah (ragu-ragu). Hal ini dilakukan karena apabila pilihan jawaban terdiri atas lima (5) pilihan simetrial akan memberikan peluang bagi responden untuk menjawab dengan pilihan tengah atau netral (Azwar, 2010). Pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam skala ini disusun berdasarkan skala Likert yang terdiri dari empat alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, sangat tidak sesuai.

Pernyataan-pernyataan dalam skala perilaku konsumtif terdiri atas pernyataan yang bersifat favorabel yang menunjukkan indikasi sesuai dengan teori, serta pernyataan yang bersifat unfavorabel yang menunjukkan tidak

mendukung teori. Adapun skor untuk jawaban favorabel dan unfavorabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Penilaian item favorabel dan item unfavorabel untuk skala perilaku konsumtif

Pernyataan	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Alat ukur yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif. Adapun Aspek dari perilaku konsumtif remaja Sumartono (dalam Endang, 2013).

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap *prestige*.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- f. Memakai produk karena unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Berikut ini adalah *blue print* skala perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 3.2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif adalah skala perilaku konsumtif.

Tabel 3.2Blue print skala perilaku konsumtif sebelum *try out*

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah.	37. 15. 13	27. 8. 36	6
2.	Membeli produk karena kemasan menarik.	28. 35. 16	9. 2. 38	6
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	10. 14. 26	1. 34. 39	6
4.	Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap <i>prestige</i> .	17. 7. 25	40. 33. 48	6
5.	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	42. 19. 32	47. 6. 23	6
6.	Memakai produk karena unsur kompromitas terhadap model yang mengiklankan.	43. 22. 20	3. 11. 29	6
7.	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif.	41. 24. 18	31. 5. 46	6
8.	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).	45. 12. 30	21. 44. 4	6
	Jumlah	24	24	48

2. Uji Coba Alat Ukur (*Try Out*)

Sebelum instrumen penelitian (alat ukur) ini digunakan dalam penelitian yang sebenarnya, terlebih dahulu peneliti melakukan uji coba (*tryout*) kepada sejumlah siswa. Dengan ketentuan siswa tersebut berada disampel penelitian dan mereka memiliki karakteristik yang sama. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas. Guna mendapatkan aitem-aitem yang layak sebagai alat ukur.

Dalam menetapkan uji coba Azwar (2010) megatakan tidak ada ketentuan pasti untuk menentukan seberapa banyak sampel yang harus diambil. Secara

statistik sampel yang lebih dari 75 orang sudah cukup banyak. Berdasarkan konsep tersebut uji coba aitem dilakukan terhadap 60 subjek. 10 dari keseluruhan tidak dapat digunakan disebabkan karena skala *tryout* tidak kembali kepeneliti. Kemudian, jika keseluruhan data uji coba telah di skor, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian validitas dan realibilitas dengan bantuan komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16.0 *for Windows*.

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2009). Apakah suatu skala berguna atau tidak sangat ditentukan oleh tingkat validitasnya (Azwar, 2009). Validitas ini menunjuk pada sejauhmana isi test yang merupakan wakil dari ciri-ciri atribut yang hendak diukur sebagaimana telah ditetapkan dalam domain (kawasan) ukurnya (Azwar, 2009).

b. Daya Beda/ Daya Diskriminasi Aitem

Untuk melihat daya beda atau daya diskriminasi aitem, peneliti melakukan *tryout* dengan jumlah sampel 50 siswa. Hasil *tryout* tersebut dianalisa dengan bantuan program SPSS. Hasil *tryout* tersebut akan dilihat indeks daya diskriminasi aitemnya.

Setiap sampel dalam penelitian ini diberi skor pada level interval, semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya (Azwar, 2010).

menggunakan bantuan *Statistical Product And Service Solution* (SPSS)

16.0 *for windows*.

Rumus yang digunakan adalah :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien Korelasi *Product Moment*
- N = Jumlah Subjek Penelitian
- X = Skor Butir Tiap Aitem
- Y = Skor Total Aitem Setiap Subyek
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Setiap Aitem
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Total Aitem
- $\sum xy$ = Jumlah Hasil Perkalian Skor Tiap Aitem

Untuk menentukan apakah suatu item dianggap valid atau gugur, digunakan kriteria Azwar (2010) yang mengatakan bahwa untuk penyusunan skala psikologi sebaiknya digunakan patokan koefisien korelasi minimal sama dengan $r = 0,30$. Dengan demikian, item yang koefisien korelasi $<0,30$ dinyatakan gugur, sedangkan item yang dapat dianggap valid adalah item dengan koefisien korelasi $>0,30$.

Dari 48 item skala kecanduan perilaku konsumtif terdapat 41 item yang valid dan 7 item yang gugur. Rincian mengenai jumlah item yang valid dan yang gugur dapat dilihat pada tabel 3.4.

Jumlah aitem skala perilaku konsumtif yang valid dari 48 aitem adalah 41 aitem dengan koefisien totalnya berkisar 0,939 dan gugur sebanyak 7 aitem. Adapun rincian mengenai jumlah aitem yang valid dan yang gugur untuk skala motivasi belajar dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4*Blue print* variabel perilaku konsumtif (valid dan gugur)

No.	Aspek	Jmlh	No.Aitem			
			Favorable		Unfavorable	
			Valid	Gugur	Valid	Gugur
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah.	6	37, 13	15	8	27, 36
2	Membeli produk karena kemasan menarik.	6	28, 35, 16	-	9, 2, 38	-
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	6	10, 14, 26	-	1, 34, 39	-
4	Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap <i>prestige</i> .	6	17, 7, 25	-	40, 48	33
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	6	42, 19, 32	-	47, 6, 23	-
6	Memakai produk karena unsur kompromitas terhadap model yang mengiklankan.	6	43, 20	22	3, 11	29
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif.	6	41, 24, 18	-	31, 5, 46	-
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).	6	45, 12, 30	-	44, 4	21
	Jumlah	48	22	2	19	5

Setelah diperoleh aitem yang valid, aitem tersebut disusun kembali dengan menyesuaikan nomor aitem sebelumnya, maka dari itu dibuat *blueprint* untuk penelitian yang dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini:

Tabel 3.5*Blue print* variabel perilaku konsumtif (penelitian)

No.	Aspek	No Aitem Favorable	No Aitem Unfavorable	Jumlah
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah.	29, 40	-	2
2	Membeli produk karena kemasan menarik.	4, 19, 38	9, 20, 33	6
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	3, 7, 16, 41	24, 30	6
4	Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap <i>prestige</i> .	6, 21, 37	5, 26	5
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.	15, 23, 35	2, 28, 32	6
6	Memakai produk karena unsur kompromitas terhadap model yang mengiklankan.	10, 17, 25	14, 34	5
7	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif.	12, 18, 27	1, 11, 36	6
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).	8, 31, 39	13, 22	5
	Jumlah	24	17	41

c. Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata *reliability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi maksudnya adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil penelitian dapat dipercaya (Azwar, 2009).

Dalam penelitian ini, untuk uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan rumus koefisien reliabilitas alpha :

$$= 2 \left[1 - \frac{S1^2 + S2^2}{Sx^2} \right]$$

Keterangan :

- = Koefisien reliabilitas alpha
- S1² = Varians skor belahan 1
- S2² = Varians skor belahan 2
- Sx² = Varians skor skala.

Dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS diketahui reliabilitas skala perilaku konsumtif. Koefisien reliabilitas untuk variabel perilaku konsumtif dari 41 aitem yang valid adalah 0,953.

Tabel 3.7
Reliability statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,953	41

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur cukup reliabel karena angkanya mendekati 1,00.

F. Teknik Analisa Data

Data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis t-Test, merupakan teknik statistik parametris yang digunakan untuk menguji hipotesis komporatif dua sampel yang tidak saling berkorelasi. Dalam penelitian ini jumlah sampel ada dua arah, yaitu $n_1 = n_2$ dan varians homogen ($T_1^2 = T_2^2$). Sehingga digunakan rumus *polled variances* (Sugiono, 2003) dengan rumus:

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{n_1 - 1 S_1^2 + n_2 - 1 S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \cdot \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan :

T_1 = Besarnya koefisien komparatif (t observasi)

X_1 = Rata-rata data pada sampel 1

X_2 = Rata-rata data pada sampel 2

N_1 = jumlah anggota sampel 1

N_2 = jumlah anggota sampel 2