

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

Variabel Independen (X) : Konformitas

Variabel Dependen (Y) : Perilaku Konsumtif.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang secara berlebihan dan membeli tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu serta hanya mementingkan keinginannya saja dibandingkan dengan kebutuhannya.

Perilaku konsumtif dalam penelitian ini diukur berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Lina & Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif (*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*Non rational buying*). Tingkat perilaku konsumtif diperoleh dari perolehan skor hasil pengisian skala. Semakin tinggi skor yang diperoleh dari skala perilaku konsumtif maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah perilaku konsumtif.

2. Konformitas

Konformitas adalah perilaku individu untuk menyesuaikan diri dengan orang lain agar dirinya dapat diterima dalam kelompok lingkungannya dengan cara mengikuti semua tuntutan dari kelompok maupun teman sebaya.

Konformitas dalam penelitian ini diukur berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sears (dalam Vatmawati, 2019) yaitu kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Tingkat konformitas yang diperoleh dari perolehan hasil skor pengisian skala. Semakin tinggi skor yang diperoleh dari skala konformitas maka semakin tinggi pula konformitas yang dimiliki, begitu juga sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah konformitas.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Hadi (2017) populasi adalah suatu kelompok yang terbatas yang mempunyai sifat atau karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Populasi yang diteliti setidaknya mempunyai satu ciri umum yang dapat diukur oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Setia Budi yang menggunakan aplikasi *e-commerce shopee*. Alasan peneliti mengambil populasi pada mahasiswa yang menggunakan *e-commerce shopee* karena *shopee* merupakan salah satu *e-commerce* yang banyak diminati dan digunakan. Populasi akan diambil melalui survey yang akan disebarakan melalui whatsapp. Adapun karakteristik dalam penelitian ini adalah :

- a) Mahasiswa yang menggunakan aplikasi shopee untuk berbelanja.
- b) Mahasiswa yang masih aktif.

Populasi penelitian diambil dari Universitas Setia Budi dengan jumlah mahasiswa aktif yang berjumlah 2.927, data tersebut diperoleh dari BAA & SI (Biro Administrasi Akademik dan Sistem Informasi) sebagai berikut :

Tabel 1 Populasi Penelitian

Program Studi	Tahun Angkatan							Total
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
D3-Analis Kesehatan	0	2	6	11	25	24	20	88
D3 - Analisis Kimia	0	0	0	2	5	4	8	19
D3 - Anafarma	0	1	2	2	11	14	4	34
D3 - Farmasi	0	2	2	1	32	33	28	98
D4 - Analisis Kesehatan	1	8	9	29	44	67	68	226
S1 - Akuntansi	1	3	2	11	18	14	13	62
S1 - Manajemen	3	0	1	14	21	29	20	88
S1 - Psikologi	5	12	12	34	34	45	36	178
S1 - Teknik Industri	5	8	7	10	11	11	12	64
S1 - Teknik Kimia	4	4	3	8	7	12	12	50
S1 - Farmasi	56	50	81	274	378	431	341	1.611

S2 - Farmasi	0	0	12	18	35	49	28	139
Profesi Apoteker	0	0	1	10	16	123	120	270
	Total							2.927

Sumber : BAA & SI Setia Budi pada Oktober 2023

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, tetapi jumlahnya kurang dari populasi (Hadi, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif Unoversitas Setia Budi dan menggunakan *e-commerce shopee*. Dalam penelitian ini penulis menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan sebesar 10% sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{2927}{1+2927(0,1)^2} = \frac{2927}{1+29,27} = \frac{2927}{30,27} = 96,7$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e² = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan hasil perhitungan rumus *slovin* di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berjumlah 96,7 dibulatkan menjadi 97 mahasiswa aktif Universitas Setia Budi (USB).

3. Teknik *sampling*

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan (Sugiyono, 2017). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak dilakukan pada seluruh populasi akan tetapi berfokus pada target.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan metode pengumpulan data dalam penelitian ini untuk mengetahui fakta suatu variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan data

yang bersifat kuantitatif, sehingga data tersebut dapat dianalisis dengan pendekatan statistik. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dan dilakukan secara *online*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala *likert*. Skala *likert* merupakan bentuk pertanyaan yang terdiri dari beberapa alternatif jawaban dan subjek hanya memilih salah satu jawaban dengan memberikan tanda ceklis pada jawaban yang dipilih dan dianggap sesuai dengan keadaan dirinya (Azwar, 2018)

Skala yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah :

a. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif digunakan untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku konsumtif. Pernyataan aitem berdasarkan skala perilaku konsumtif dari Lina & Rosyid, (1997) yaitu pembelian impulsif (*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*Non rational buying*). Peneliti melakukan modifikasi alat ukur yang disusun oleh Amelia, (2019) dengan menyesuaikan kondisi tempat penelitian dilakukan.

Desain skala konformitas disusun dengan skala *Likert* yang memiliki 4 alternatif jawaban. Pernyataan dalam skala perilaku konsumtif mempunyai sifat *favorable* dan *unfavorable*. Dengan rincian penilaian sebagai berikut :

<i>Favorable</i>	Skor Angka	<i>Unfavorable</i>
Sangat Sesuai (SS)	4	Sangat Tidak Sesuai (STS)
Sesuai (S)	3	Tidak Sesuai (TS)
Tidak Sesuai (TS)	2	Sesuai (S)
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	Sangat Sesuai (SS)

Tabel 2 *Blueprint* skala perilaku konsumtif

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favo</i>	<i>Unfav</i> <i>o</i>	
1.	Pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>),	Membeli hanya karena keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan kegunaan barang tersebut.	1,9,11, 13,19	4, 6, 16, 22, 24	10
2.	Pemborosan (<i>Wasteful buying</i>)	Perilaku boros yang menghamburkan uang untuk kebutuhan yang kurang penting.	5,15,2 1,23	2,8,12, 18	8
3.	Mencari kesenangan (<i>Non rational buying</i>).	Ingin mencari kesenangan	3,7,17	10,14, 20	6
Total			12	12	24

b. Skala konformitas

Skala konformitas digunakan untuk mengukur tingkat konformitas pada mahasiswa. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala konformitas. Pernyataan aitem berdasarkan skala konformitas dari Sears, (dalam Vatmawati, 2019) yaitu kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Peneliti melakukan modifikasi alat ukur yang disusun oleh Sari, (2021) dengan menyesuaikan kondisi tempat penelitian dilakukan.

Desain skala konformitas disusun dengan skala *Likert* yang memiliki 4 alternatif jawaban. Pernyataan dalam skala Konformitas mempunyai sifat *favorable* dan *unfavorable*. Dengan rincian penilaian sebagai berikut :

<i>Favorable</i>	Skor Angka	<i>Unfavorable</i>
Sangat Sesuai (SS)	4	Sangat Tidak Sesuai (STS)
Sesuai (S)	3	Tidak Sesuai (TS)
Tidak Sesuai (TS)	2	Sesuai (S)
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	Sangat Sesuai (SS)

Tabel 3 *Blueprint* skala Konformitas

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favo</i>	<i>Unfavo</i>	
1.	Kekompakan	Penyesuaian diri yang dilakukan individu dengan anggota kelompok untuk menghindari penolakan.	1,7,9,11, 17,27	4,6,14,2 0,22,30	12
2.	Kesepakatan	Kepercayaan dan persamaan pendapat antar anggota kelompok karena adanya ketergantungan.	3,13,19,2 1	10,16,2 4,28	8
3.	Ketaatan	Kesanggupan melakukan hal-hal yang bukan menjadi keinginan sendiri	5,15,23,2 5,29	2,8,12,1 8,26	10
Total			15	15	30

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas menurut Azwar (2017) adalah ketepatan dan kecerdasan suatu alat ukur dalam melakukan dalam melakukan fungsi ukurnya. Hasil ukur yang valid adalah data kuantitatif yang memang merupakan deskripsi yang benar mengenai variabel yang diukur. Sedangkan validitas isi yaitu menilai relevansi dari setiap pertanyaan dengan tujuannya serta mengkaji apakah konten keseluruhan kuesioner telah komprehensif sesuai dengan domain informasi yang hendak digali (Azwar, 2017). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi, yaitu pengujian skala dengan menggunakan *expert judgement*, yang mana skala yang diajukan berupa komponen dari indikator perilaku yang hendak diukur dan dijabarkan menjadi aitem-aitem.

2. Reliabilitas

Reliabilitas dapat dikatakan konsistensi, keterandalan, kepercayaan, kestabilan ataupun keajegan (Azwar, 2013). sebuah pengukuran dapat dikatakan reliabel apabila memperoleh hasil yang sama dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek.

Reliabilitas dari kedua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel perilaku konsumtif dan konformitas akan diuji menggunakan *alpha Cronbach*. Perhitungan *alpha Cornbach* dilakukan dengan bantuan *Statistical Packages for Social Science (SPSS) 16.0 for windows relase*.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan kegiatan yang digunakan untuk menganalisis data hasil dari kegiatan setelah pengambilan data dari seluruh subjek yang terkumpul (Hadi, 2017). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji korelasi *product moment*. Metode analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan alat bantu komputer. Penggunaan metode dan teknik analisis tersebut mengacu pada hipotesis yang akan diuji untuk membuktikan adanya korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Sejalan dengan hipotesis dan tujuan penelitian ini yaitu mencari korelasi maka data yang diperoleh akan dilakukan uji syarat yaitu :

1. Uji persyaratan analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data sampel yang berasal dari populasi yang dimiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorof-Smirnov* dan data dikatakan memiliki distribusi normal jika taraf signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear atau tidak antara variabel bebas dan variabel tergantug. Dua variabel dikatakan linear apabila

nilai signifikansi kurang dari 0,05. Data yang telah diuji selanjutnya akan dianalisis menggunakan teknik korelasi *product moment* untuk mengetahui korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif, dan selanjutnya data akan dihitung dengan menggunakan perhitungan statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer yaitu menggunakan *Statistical Packages for Social Science (SPSS) 16.0 for windows relase*.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah uji asumsi terpenuhi. Uji hipotesis dibuktikan dengan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson* dengan menggunakan *SPSS 16.0*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce shopee* pada mahasiswa. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif