

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan usaha yang harus ditempuh dalam penelitian untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu kebenaran pengetahuan. Hal ini bertujuan agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan khususnya untuk menjawab masalah yang diajukan. Berdasarkan hal di atas, maka pada bab ini akan dibahas mengenai metode dan hal-hal yang menentukan penelitian, di antaranya sebagai berikut :

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2010:5).

Penelitian korelasional bertujuan menyelidiki sejauhmana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2010:8).

Dalam penelitian ini yang akan dilihat adalah hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional dengan analisis *product moment*, karena penelitian ini bertujuan untuk melihat terdapat atau tidaknya hubungan antara dua variabel penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bisa diolah secara statistik.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian deskriptif yakni untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena (Prasetyo, 2008:42). Untuk melihat apakah ada hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif maka digunakan *correlation product moment* yaitu analisis untuk mengukur keeratan hubungan secara linear antara dua variabel yang mempunyai distribusi data normal (Prasetyo, 2014: 123), karena penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada atau tidaknya hubungan dua variabel penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bisa diolah secara statistik. Tujuan penelitian korelasional untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Suryabrata, 2014:82).

Dalam penelitian ini akan dilihat adalah hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Islam Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *correlation product moment*.

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang lain, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Ada dua macam variabel penelitian, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Menurut Sugiyono (2010:39) variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Sedangkan variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output, kriteria, konsekuen*. Dalam bahasa Indonesia merupakan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Adapun variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen (variabel yang mempengaruhi): konsep diri
2. Variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) : perilaku konsumtif.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional menurut Suryabrata (2006:29) adalah definisi yang didasarkan pada atau sifat-sifat hal yang didefinisikan dan dapat diamati. Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan pengertian dari variabel-variabel penelitian dan merupakan persepsi agar terhindar dari kesalahpahaman dalam menafsirkan variabel. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan individu mengenai dirinya, meliputi gambaran mengenai diri dan kepribadian yang diinginkan, yang diperoleh dari pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Variabel ini akan diukur menggunakan skala aspek-aspek yang disusun berdasarkan aspek-aspek konsep

diri yang dikemukakan oleh Calhoun dan Acocella (dalam Gufron dan Risnawati, 2011) yaitu pengetahuan, harapan dan penilaian.

3.4.2 Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan pada manusia sebagai konsumen dalam memanfaatkan barang hasil produksi lebih kearah berlebihan dan memiliki manfaat yang rendah bagi konsumen. Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (dalam Kristanti, 2008:17) yaitu *impulsive buying*, *wasteful buying* dan *non rational buying*.

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai diri sendiri, perasaan, nilai dan kepercayaan. Sedangkan perilaku konsumtif adalah perilaku dalam membeli suatu barang dimana tidak lagi mementingkan kebutuhan tetapi hanya untuk memenuhi suatu kepuasan secara tidak rasional yang lebih mengikuti mode dalam suatu kurun waktu tertentu seperti pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris lain yang menunjang penampilan.

3.5 Subjek Penelitian

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:80). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Putra Indonesia

“YPTK” Padang yang aktif kuliah dengan jumlah 812 orang sumber Dekanat Fakultas Psikologi.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk ukuran sampel pada populasi penelitian ditentukan dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi sebanyak 812 orang didapatkan dengan jumlah sampel sebanyak 203 orang dengan menggunakan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (Sugiyono, 2010:87).

3.5.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (dalam Sugiyono, 2010:81). Untuk penelitian ini teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2010:82).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah berupa skala psikologi, yaitu dengan menggunakan skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif. Azwar (2012:5) menjelaskan bahwa skala dapat dicirikan sebagai stimulasi berupa pernyataan artinya stimulus tersebut tidak langsung mengungkapkan atribut yang hendak diukur, melainkan diungkapkan melalui aspek atau indikator perilaku dari atribut yang diukur.

Sesuai dengan pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini maka skala yang peneliti gunakan adalah skala model *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala model *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:134-135).

Skala model *Likert* dikembangkan oleh Rensis Likert untuk mengukur sikap masyarakat pada tahun 1932. Berbeda dengan skala Thurstone, dimana dipilih item-item yang mempunyai distribusi yang baik, yang dipilih dari hal-hal yang ingin diketahui di dalam skala, skala model *Likert* menggunakan hanya aitem-aitem secara pasti baik dan secara pasti buruk, tidak dimasukkan yang agak baik, yang agak kurang, yang netral, dan rangking lain diantara dua sikap yang pasti di atas. Skor responden dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor dan total skor inilah yang ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala model *likert* (Nasir, 2005:338)

Jawaban setiap aitem instrumen menggunakan skala model *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, alternatif jawaban terdiri empat bentuk, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Dari setiap jawaban yang dipilih dapat diberikan skor

yaitu untuk pernyataan *favorable* mempunyai skor 4-1 dan pertanyaan atau pernyataan *unfavorable* mempunyai skor 1-4.

Modifikasi terhadap skala model likert dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang didukung oleh skala aitem pilihan yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (ST) dan sangat tidak setuju (STS). Modifikasi skala model *likert* dalam penelitian ini dengan meniadakan kategori jawaban ragu-ragu dengan alasan: (1) kategori ragu-ragu memiliki arti ganda, artinya belum dapat memutuskan atau memberi jawaban yang dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban yang ambigu ini tentu tidak diharapkan dalam suatu instrumen. (2) tersedianya kategori jawaban ragu-ragu menimbulkan kecenderungan untuk menjawab atau memilih ke tengah bagi responden yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya kategori atau pilihan jawaban SS, S, TS, STS, adalah untuk melihat kecenderungan responden kerah sesuai atau tidak sesuai, seperti yang terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel. 3.1
Skor Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif

Skala model Likert	Skor Aitem	
	<i>Favorable</i> (Positif)	<i>Unfavorable</i> (Negatif)
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

Untuk menyusun dan mengembangkan instrumen maka terlebih dahulu dibuat *blue print* yang memuat tentang indikator dan variabel penelitian yang dapat memberikan gambaran mengenai isi dan dimensi kawasan ukur yang

dijadikan sebagai acuan dalam penulisan item. *Blue print* terdiri dari variabel X yaitu konsep diri dan variabel Y yaitu perilaku konsumtif. Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

a. Skala Konsep Diri

Untuk mendapatkan data tentang konsep diri, responden diminta untuk mengisi skala psikologi yang telah disiapkan oleh peneliti. Jawaban dari responden merupakan gambaran konsep diri dari mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

Skala yang digunakan adalah skala yang diadaptasi dan dimodifikasi dari Rahayu (2017). Aspek-aspek yang diungkap dalam skala tersebut berisi pengetahuan, harapan dan penilaian.

Untuk distribusi aitem-aitem skala konsep diri dapat dilihat pada *blue print* di bawah ini:

Tabel. 3.2
***Blue print* Skala Konsep Diri Sebelum Uji Coba**

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Pengetahuan	1, 7, 13, 19, 25, 31, 37, 43, 49	4, 10, 16, 22, 28, 34, 40, 46, 52	18
Harapan	2, 8, 24, 20, 26 32, 38, 44, 50	5, 11, 17, 23, 29, 35, 41, 47, 53	18
Penilaian	3, 9, 15, 21, 27, 33, 39, 45, 51	6, 12, 18, 24, 30, 36, 42, 48, 54	18
Jumlah	27	27	54

Pada tabel di atas dapat dijelaskan secara keseluruhan pernyataan berjumlah 54 pernyataan, 27 pernyataan positif (*favorable*), dan 27 pernyataan yang negatif (*unfavorable*). Aspek pengetahuan berjumlah 18 pernyataan, 9 pernyataan *favorable* (1, 7, 13, 19, 25, 34, 40, 46, 52), 9 pernyataan *unfavorable* (4, 10, 16, 22, 28, 34, 40, 46, 52). Aspek harapan berjumlah 18 pernyataan, 9 pernyataan *favorable* (2, 8, 24, 20, 26, 32, 38, 44, 50), 9 pernyataan *unfavorable* (5, 11, 17, 23, 29, 35, 41, 47, 53). Aspek penilaian berjumlah 18 pernyataan, 9 pernyataan *favorable* (3, 9, 15, 21, 27, 33, 39, 45, 51), 9 pernyataan *unfavorable* (6, 12, 18, 24, 30, 36, 42, 48, 54).

b. Skala Perilaku Konsumtif

Untuk mendapatkan data tentang perilaku konsumtif, responden diminta untuk mengisi skala psikologi yang telah disiapkan oleh peneliti. Jawaban dari responden merupakan gambaran perilaku konsumtif dari mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

Skala yang digunakan adalah skala yang diadaptasi dan dimodifikasi dari Wardhani (2009). Aspek-aspek yang diungkap dalam skala tersebut berisi *impulsive buying* (pembelian tanpa rencana), *non rational buying* (pembelian tidak rasional), *wasteful buying* (pemborosan).

Untuk distribusi aitem-aitem skala konsep diri dapat dilihat pada *blue print* di bawah ini:

Tabel 3.3
Blue print Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Impulsive buying</i> (pembelian tanpa rencana)	1, 7, 13, 19, 25, 31, 37, 43, 49	4, 10, 16, 22, 28, 34, 40, 46, 52	18
<i>Non rational buying</i> (pembelian tidak rasional)	2, 8, 24, 20, 26 32, 38, 44, 50	5, 11, 17, 23, 29, 35, 41, 47, 53	18
<i>Wasteful buying</i> (pemborosan)	3, 9, 15, 21, 27, 33, 39, 45, 51	6, 12, 18, 24, 30, 36, 42, 48, 54	18
Jumlah	27	27	54

Pada tabel di atas dapat dijelaskan secara keseluruhan pernyataan berjumlah 54 pernyataan, 27 pernyataan positif (*favorable*), dan 27 pernyataan yang negatif (*unfavorable*). Aspek *Impulsive buying* (pembelian tanpa rencana) berjumlah 18 pernyataan, 9 pernyataan *favorable* (1, 7, 13, 19, 25, 34, 40, 46, 52), 9 pernyataan *unfavorable* (4, 10, 16, 22, 28, 34, 40, 46, 52). Aspek *Non rational buying* (pembelian tidak rasional) berjumlah 18 pernyataan, 9 pernyataan *favorable* (2, 8, 24, 20, 26, 32, 38, 44, 50), 9 pernyataan *unfavorable* (5, 11, 17, 23, 29, 35, 41, 47, 53). Aspek *Wasteful buying* (pemborosan) berjumlah 18 pernyataan, 9 pernyataan *favorable* (3, 9, 15, 21, 27, 33, 39, 45, 51), 9 pernyataan *unfavorable* (6, 12, 18, 24, 30, 36, 42, 48, 54)

3.7 Teknik Analisis Data

Suatu alat ukur dapat dinyatakan sebagai alat ukur yang baik dan mampu memberikan informasi yang jelas dan akurat apabila telah memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh para ahli psikometri, yaitu kriteria valid dan

reliabel. Oleh karena itu agar kesimpulan tidak keliru dan tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan yang sebenarnya diperlukan uji validitas dan reliabilitas dari alat ukur yang digunakan dalam penelitian.

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan pertimbangan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010:147).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis korelasi *product moment* yaitu suatu teknik untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen dengan satu dependen dengan menggunakan *SPSS 20.0 for windows*. Data yang diperoleh, diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian untuk melihat Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Indonesia “YPTK” Padang. Teknik analisis data terdiri dari :

3.7.1 Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:121-122), “*instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur atau untuk mengukur seberapa jauh alat ukur dapat mengungkap dengan benar gejala atau sebagian gejala yang hendak diukur, artinya tes tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut*”

Uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation* yakni dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total (teknik *bivariate pearson*), tetapi skor total disini tidak termasuk skor item yang mana dihitung melalui program *SPSS 20.0*.

Untuk penelitian ini yang dikatakan valid atau kriteria uji validitas secara singkat (*rule of thumb*) adalah 0,3. Menurut Suryabrata (2014:58) untuk butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang baik dipilih butir-butir yang mempunyai harga p pada sebaran tertentu (misalnya dari 0,30 sampai 0,75 atau 0,30-0,80) sesuai spesifikasinya, dan yang mempunyai harga r_{bis} tertentu (misalnya sekurang-kurangnya 0,30 atau sekurang-kurangnya 0,30 atau sekurang-kurangnya 0,30). Dari uji validitas nantinya akan terlihat mana aitem yang valid untuk dilanjutkan kepenelitian. Maka, dari penjelasan di atas penulis mengambil batas terbawah validitas 0,30.

3.7.2 Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2010:121). Maksudnya reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama. Adapun estimasi reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan paket statistik yang berbentuk *SPSS versi 20.0 for windows*.

Menurut Sekaran dalam Priyatno (2012:123), reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik. Dari analisis reliabilitas dengan bantuan *SPSS 20.0 for windows*. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan formulasi *Alpha Cronbach* dengan bantuan *Statistical Package For The Sosial Science (SPSS)* versi 20.0 *for windows*. Data yang telah diperoleh, diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian untuk hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif yaitu dengan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. *Assosiatif interaktif* yaitu yang bersifat hubungan yang saling mempengaruhi.

3.8 Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian

Setelah skala dibuat, maka proses selanjutnya adalah menganalisis dan menyeleksi aitem-aitem. Proses pertama yaitu memeriksa apakah aitem-aitem telah sesuai dengan *blue print* dan indikator-indikator perilaku yang diungkap. Setelah itu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas alat ukur pada penelitian agar mendapat data yang akurat dan dapat dipercaya. Uji coba (*try out*) skala penelitian dilakukan pada mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN IB Padang.

3.8.1 Uji Daya Beda Aitem

Uji daya beda item atau disebut juga dengan daya deskriminasi memperlihatkan kesesuaian fungsi aitem dngan fungsi skala dalam mengungkap perbedaan individual. Guna mengoptimalkan fungsi skala, maka pemilihan aitem-aitemnya didasarkan pada besarnya angka koefisien korelasi. Pengujian daya beda aitem dilakukan dengan cara menghitung koefisien antara distribusi skor aitem

dengan distribusi skor skala itu sendiri. Komputasi ini akan menghasilkan *kofisien korelasi aitem total* (r_{ix}). Besarnya koefisien korelasi aitem-total bergerak dari 0-1 dengan tanda positif atau negatif. Semakin koefisien korelasinya mendekati 1 maka semakin baik daya beda aitemnya. Koefisien yang kecil mendekati nol atau yang memiliki tanda negatif mengindikasikan bahwa yang bersangkutan tidak memiliki daya beda (Azwar, 2012:80-86)

Menurut Suryabrata (2014:58) untuk butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang baik dipilih butir-butir yang mempunyai harga p pada sebaran tertentu (misalnya dari 0,25-0,75 atau 0,20-0,80) sesuai spesifikasinya, dan yang mempunyai harga r_{bis} tertentu (misalnya sekurang-kurangnya 0,30 atau sekurang-kurangnya 0,25 atau sekurang-kurangnya 0,20). Dari uji validitas nantinya akan terlihat mana aitem yang valid untuk dilanjutkan ke penelitian. Maka, dari penjelasan di atas penulis mengambil batas uji daya beda aitem 0,30.

Berdasarkan hasil uji daya beda item dengan bantuan program SPSS versi 20.0 *for Windows* untuk konsep diri, maka diperoleh instrumen skala konsep diri sebanyak 54 aitem. Nilai aitem total *correlation* skala konsep diri bergerak dari 0,26-0,78. Terdapat 36 aitem dinyatakan memiliki daya beda yang memuaskan karena *corrected aitem total correlation* lebih besar dari < 0.30 yaitu aitem nomor : 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 29, 31, 32, 33, 34, 36, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 52, dan 53. Selain itu, terdapat aitem yang memiliki uji daya beda aitem yang tidak memuaskan yaitu aitem nomor 1, 2, 3, 9, 13, 14, 19, 25, 26, 27, 28, 30, 35, 37, 39, 49, 51, dan 54. Sedangkan 18 aitem yang tidak memiliki daya beda yang tidak memuaskan akan dibuang. Maka

instrumen penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan konsep diri adalah sebanyak 36 aitem. Setelah aitem yang gugur dibuang, dilakukan pengacakan ulang pada skala konsep diri. Berikut *blue print* konsep diri yang sudah valid:

Tabel 3.4
Blueprint Skala Konsep Diri Setelah Uji Coba

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Pengetahuan	*1, 7, *13, *19, *25, 31, 37, 43, *49	4, 10, 16, 22, *28, 34, 40, 46, 52	18
Harapan	*2, 8, *14, 20, *26, 32, 38, 44, 50	5, 11, 17, 23, 29 *35, 41, 47, 53	18
Penilaian	*3, *9, 15, 21, *27, 33, *39, 45, *51	6, 12, 18, 24, *30, 36, 42, 48, *54	18
Jumlah	27	27	54

Keterangan: Nomor yang dihitamkan dan diberi bintang adalah aitem yang dinyatakan gugur.

Berdasarkan hasil uji daya beda item dengan bantuan program SPSS versi 20.0 *for Windows* untuk perilaku konsumtif, maka diperoleh instrumen skala perilaku konsumtif sebanyak 54 aitem. Nilai aitem total *correlation* skala perilaku konsumtif bergerak dari 0,26-0,78. Terdapat 36 aitem dinyatakan memiliki daya beda yang memuaskan karena *corrected aitem total correlation* lebih besar dari < 0.30 yaitu aitem nomor : 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 47, 49, dan 50. Selain itu, terdapat aitem yang memiliki uji daya beda aitem yang tidak memuaskan yaitu aitem nomor : 5, 7, 16, 17, 28, 29, 30, 34, 35, 36, 42, 45, 46, 48, 51, 52, 53, dan 54. Sedangkan 18 aitem yang tidak memiliki daya beda yang tidak memuaskan

akan dibuang. Maka instrumen penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan perilaku konsumtif adalah sebanyak 36 aitem. Setelah aitem yang gugur dibuang, dilakukan pengacakan ulang pada skala perilaku konsumtif. Berikut *blue print* perilaku konsumtif yang sudah valid:

Tabel 3.5
***Blue print* Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba**

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Impulsive buying</i> (pembelian tanpa rencana)	1, *7, 13, 19, 25, 31, 37, 43, 49	4, 10, *16, 22, *28, *34, 40, 46, 52	18
<i>Non rational buying</i> (pembelian tidak rasional)	2, 8, 24, 20, 26, 32, 38, 44, 50	*5, 11, *17, 23, *29, *35, 41, 47, *53	18
<i>Wasteful buying</i> (pemborosan)	3, 9, 15, 21, 27, 33, 39, *45, *51	6, 12, *18, 24, *30, *36, *42, *48, *54	18
Jumlah	27	27	54

Keterangan: Nomor yang dihitamkan dan diberi bintang adalah aitem yang dinyatakan gugur.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan teknik *alpa cronbach* aplikasi SPSS 20,0. Menurut (Priyatno, 2012:120) reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan rumus *alpha* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 3.6
Reliability Statistics Konsep Diri

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	54

Table. 3.7
Reliability Statistics Perilaku Konsumtif

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	54

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh nilai $r=0,915$ untuk konsep diri. Kemudian untuk perilaku konsumtif didapatkan $r=0,927$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa skala konsep diri dan perilaku konsumtif bernilai baik atau reliabel, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur.

3.9 Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *asosiatif* yaitu suatu teknik untuk menentukan sampai sejauh mana terdapat hubungan antara dua variabel dengan menggunakan SPSS 20.0 *for windows*. Data yang diperoleh, diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian untuk melihat hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif yaitu dengan menggunakan analisis *product moment*. Teknik analisis data terdiri dari:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan untuk mengetahui apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Model statistic yang digunakan yaitu dengan metode uji *lilliefors*. Pernyataan data disebut normal jika probabilitas atau $p>0,05$

pada uji normalitas dengan *kolmogorov smirnov* dan *Shapiro-Wilk* (Priyatno, 2012:39).

3.9.2 Uji Linearitas

Uji linieritas merupakan uji prasyarat yang biasa dilakukan jika akan melakukan analisis korelasi. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel penelitian secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Kedua variabel dikatakan linier apabila memiliki taraf signifikansi kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) (Priyatno, 2012 : 79).

3.9.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menggunakan *program statistical program for social science* (SPSS) 20,0 *for windows*. Teknik ini biasanya digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel secara linier dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah adalah regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

Adapun pedoman untuk interpretasi koefisien korelasi adalah, jika korelasi lebih dari 0,5 maka terdapat hubungan yang erat, sebaliknya jika korelasi kurang dari 0,5 maka terdapat hubungan yang lemah. Sedangkan kriteria pengujian hipotesis ditentukan apabila H_0 diterima jika signifikansi besar dari 0,05 ($p > 0,05$) dan H_0 ditolak jika signifikansi kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) (Priyatno, 2012:62-63).