

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Metode 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 atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan desain korelasional yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel-variabel yang diteliti (Rahmadi, 2011). Jadi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat variabel yang akan diukur dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *Independent*

Variabel *independent* sering disebut sebagai variabel bebas (x).

Variabel bebas (x) merupakan suatu variabel yang mempengaruhi atau yang

menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel bebas penelitian ini, yaitu konformitas.

2. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* sering disebut sebagai variabel terikat (y). Variabel terikat (y) merupakan suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel terikat penelitian ini, yaitu perilaku konsumtif.

C. Definisi Konseptual Variabel Penelitian

Definisi konseptual merupakan batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel atau konsep yang hendak diukur, diteliti, dan digali datanya sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut (Azwar, 2017). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Konformitas

Konformitas merupakan keinginan untuk meniru dan mengikuti gagasan, nilai, dan perilaku untuk menghindari konflik di kelompok tersebut. Dengan kata lain, individu dapat mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar dapat diterima oleh lingkungan atau norma sosial (Mehrabian & Stefl, 1995).

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang dilakukan tidak berdasarkan kebutuhan yang rasional, namun perilaku tersebut sudah berada pada taraf keinginan yang berlebihan. Perilaku konsumtif terjadi karena

masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya (Lina & Rosyid, 1997).

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Azwar (2017), definisi operasional diartikan sebagai variabel yang dirumuskan kembali berdasarkan atribut yang dapat diamati. Operasionalisasi variabel ini digunakan untuk memperjelas suatu konsep dari variabel tertentu yang tujuannya untuk memberi definisi keperilakuan. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Konformitas

Konformitas merupakan fenomena sosial dimana terdapat perubahan perilaku individu yang menampilkan perilaku tertentu karena dipengaruhi oleh individu lain. Individu tersebut berperilaku tidak sesuai dengan apa yang ingin dilakukannya, tetapi berperilaku seperti individu lain agar dapat bersosialisasi dan diterima dalam kehidupan sosial individu tersebut berada.

Pada penelitian ini, konformitas diungkap berdasarkan skor yang diperoleh dari respon yang diberikan oleh responden setelah mengisi skala konformitas yang dikembangkan berdasarkan aspek-aspek konformitas yang diungkapkan oleh Mehrabian dan Stefl (1995). Terdiri dari dua aspek, yaitu pengaruh sosial informasional dan pengaruh sosial normatif.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan seseorang yang membeli suatu barang secara berlebihan, berlandaskan keinginan bukan kebutuhan,

dan bersifat pemborosan. Tindakan ini pada umumnya dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan atau kesenangan semata bagi pelakunya. Pembelian dilakukan tidak rasional, biasanya didasari sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain.

Pada penelitian ini, perilaku konsumtif diungkap berdasarkan skor yang diperoleh dari respon yang diberikan oleh responden setelah mengisi skala perilaku konsumtif yang dikembangkan berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang diungkapkan oleh Lina dan Rosyid (1997). Terdiri dari tiga aspek, yaitu *impulsive buying* (perilaku impulsif), *non rational buying* (pembelian tidak rasional), dan *wasteful buying* (pemborosan).

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *Shopee Paylater* mahasiswa Universitas Negeri Padang. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini, populasi tidak

diketahui jumlah pastinya sehingga untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, maka peneliti menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 385$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel yang diperlukan
- z : Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96
- p : Peluang benar 50% = 0,5
- Q : Peluang salah 50% = 0,5
- E : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) = 5% = 0,05

Berdasarkan rumus tersebut, maka sampel penelitian adalah sebanyak 385 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Cochran adalah karena populasi sasaran terlalu besar dengan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang representatif bagi populasi yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga generalisasi pada kesimpulan penelitian akurat (Azwar, 2017). Teknik pengambilan sampel yang

digunakan dalam penelitian ini, yaitu *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, peneliti pada awalnya memberikan *screening questions* kepada responden untuk memverifikasi kecocokan mereka dengan kriteria penelitian. Penelitian ini akan menerapkan beberapa kriteria sampel kepada responden, yaitu:

- a. Mahasiswa aktif Universitas Negeri Padang angkatan 2021-2024.
- b. Memiliki aplikasi *Shopee* dan pengguna *Shopee Paylater*.

F. Instrumen Penelitian

1. Jenis Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala dalam pengumpulan data adalah Skala Likert (*Likert Scale*). Menurut Sugiyono (2019), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang disebut dengan variabel penelitian. Kuesioner / angket dengan Skala Likert disusun dengan empat alternatif jawaban bertingkat, sehingga mudah dijawab oleh responden. Jawaban setiap aitem instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, berupa sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Berikut tabel skor penilaian pada skala tersebut:

Tabel 3.1
Penilaian Skala Likert

Respon Pernyataan	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

2. Skala Konformitas

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Konformitas yang diadaptasi oleh Dengah, Keraf, dan Takalapeta (2021) dari alat ukur yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Stefl (1995), yang terdiri dari dua aspek, yaitu pengaruh sosial informasional dan pengaruh sosial normatif. Proses adaptasi oleh Dengah, Keraf, dan Takalapeta (2021), dalam jurnal *self esteem* sebagai moderator konformitas terhadap perilaku merokok elektrik vape. Hasil reliabilitas koefisien sebesar 0,785. Skala ini berjumlah 11 aitem dengan kategori jawaban Skala Likert, yaitu sangat tidak setuju – sangat setuju. Responden diminta untuk menilai tingkat

persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pernyataan pada skala.

Tabel 3.2
Bue Print Konformitas

Aspek	Aitem <i>Favorable</i>	Aitem <i>Unfavorable</i>	Jumlah Aitem
Pengaruh sosial informasional	1,5,8,10	2	5
Pengaruh sosial normatif	3,4,7	6,9,11	6
	Jumlah		11

3. Skala Perilaku Konsumtif

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Perilaku Konsumtif yang diadaptasi oleh Anggraini dan Hudaniah (2023) dari alat ukur yang dikembangkan oleh Lina dan Rosyid (1997), yang terdiri dari tiga aspek, yaitu *impulsive buying* (perilaku impulsif), *non rational buying* (pembelian tidak rasional), dan *wasteful buying* (pemborosan). Proses adaptasi oleh Anggraini dan Hudaniah (2023), dalam jurnal hubungan *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa rantau. Hasil reliabilitas koefisien sebesar 0,932. Skala ini berjumlah 30 aitem dengan kategori jawaban skala likert, yaitu sangat tidak setuju – sangat setuju. Responden diminta untuk menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pernyataan pada skala.

Tabel 3.3
Blue Print Perilaku Konsumtif

Aspek	Aitem Favorable	Aitem Unfavorable	Jumlah Aitem
<i>Impulsive Buying</i> (Pembelian Impulsif)	1, 2, 3, 21, 22	4, 5, 6, 7, 20	10
<i>Non Rational Buying</i> (Pembelian Tidak Rasional)	8, 9, 23, 24, 30	10, 11, 12, 13, 25	10
<i>Wasteful Buying</i> (Pemborosan)	14, 15, 16, 26, 27	17, 18, 19, 28, 29	10
Jumlah			30

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata “*validity*” yang berarti akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi ukurnya. Apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran tentang variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran, dikatakan bahwa pengukuran tersebut memiliki validitas yang tinggi (Azwar, 2022). Uji validitas dalam instrumen penelitian ini didasarkan pada uji validitas yang telah dilakukan oleh para ahli yang mengadaptasi skala penelitian ini. Pada skala adaptasi konformitas telah melakukan pengujian validitas dan didapatkan hasil dengan nilai rentang validitas 0,306 – 0,652. Sedangkan pada uji validitas skala adaptasi perilaku konsumtif didapatkan hasil dengan nilai rentang validitas 0,426 – 0,761. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa skala konformitas dan skala perilaku konsumtif adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat konsisten dan dapat diandalkan apabila digunakan pada populasi yang berbeda. Karakteristik alat ukur yang berkualitas tinggi salah satunya ialah memiliki reliabilitas yang baik (Azwar, 2022). Koefisien reliabilitas berada pada rentang 0 sampai 1,00. Semakin mendekati angka 1,00 maka reliabilitas akan semakin tinggi. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika nilai $\alpha \geq 0,6$.

Berkaitan dengan reliabilitas konsistensi internal alat ukur didasarkan pada pengukuran reliabilitas yang telah dilakukan oleh para ahli yang mengadaptasi skala. Pada penelitian ini, skala konformitas didapatkan hasil nilai reliabilitas sebesar 0,785. Sedangkan skala perilaku konsumtif didapatkan hasil nilai reliabilitas sebesar 0,932. Dapat disimpulkan bahwa alat ukur konformitas dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah reliabel.

Kedua skala tersebut telah menunjukkan koefisien validitas dan reliabilitas yang dianggap memuaskan dan baik serta menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat dipercaya. Peneliti juga telah melakukan *expert judgment* dengan kedua dosen pembimbing dan menilai bahwa skala tersebut sudah baik sehingga tidak perlu lagi dilakukan uji coba pada kedua skala tersebut.

H. Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul akan dianalisis secara statistik. Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara, dan hasil lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti (Muhadjir, 2000). Pelaksanaan analisis data harus dilakukan sejak awal pengumpulan data di lapangan, hal ini perlu dilakukan secara intensif agar data di lapangan terkumpul semuanya. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi person analisis. Teknik korelasi person analisis merupakan teknik yang digunakan untuk mencari derajat keeratan atau keterkaitan hubungan (korelasi) antara variabel *independent* dan variabel *dependent* (Sugiyono, 2019). Analisis data menggunakan beberapa tahapan, yaitu:

- a. Uji normalitas, digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2019).
- b. Uji linearitas, digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel akan dikenai prosedur analisis statistik yang menunjukkan hubungan linear atau tidak (Sugiyono, 2019).
- c. Uji hipotesis, penelitian ini menggunakan regresi sederhana, dimana dalam pengujian hipotesis digunakan bantuan aplikasi SPSS for windows dengan ketentuan nilai signifikan <0.05 . Jika nilai signifikan yang didapat berada pada taraf <0.05 maka dapat dikatakan tidak terdapat kontribusi antara variabel *independent* dan variabel *dependent*.