

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan tipe penelitian kuantitatif, dimana prosedur yang digunakan didalam penelitian ini adalah pendekatan komparatif. Penelitian ini menggunakan data berupa angka yang di analisis secara statistic. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memerlukan data berbentuk angka kemudian diperjelas dengan kata-kata. Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden. Penelitian bertujuan untuk mengungkap kebenaran dari keadaan yang ada, serta bagaimana keadaan tersebut terwujud dalam praktik yang sebenarnya (Sugiyono, 2019).

Rancangan penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif karena tidak ada kontrol dalam penelitian ini dan informasi yang diperoleh adalah data hasil dari peristiwa yang diamati oleh peneliti. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa survey, metode survey merupakan pengumpulan data yang memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara fakta peneliti mengedarkan kuesioner, dokumen dan sebagainya. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha menjelaskan suatu peristiwa berdasarkan data. Rancangan penelitian deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari jenis kelamin pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

#### **3.2 Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian adalah sesuatu berbentuk apa saja yang telah di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini hanya ada satu variabel yang akan di uji yaitu Variabel jalur (X) Jenis Kelamin : Variabel (Y) Perilaku konsumtif.

#### **3.3 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah batasan-batasan yang diberikan oleh peneliti terhadap suatu variabel penelitian tersebut sehingga variabel tersebut dapat diukur.

Sehingga, definisi operasional dapat diartikan sebagai definisi penjelas karena adanya definisi yang diberikan dan variabel penelitian menjadi lebih jelas (Syahrudin, 2019).

### 3.3.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, yang didasari oleh desakan atau suasana hati yang muncul secara tiba-tiba dan tidak dapat dikendalikan dengan tujuan untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya dan pembelian tersebut dilakukan tanpa memperhatikan konsekuensi dari tindakan tersebut dan besar kemungkinan hal itu dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan dan kepuasan semata.

Tindakan pembelian yang dilakukan mahasiswa secara tidak terencana serta berlebihan yang disebabkan desakan hati atau dorongan emosional untuk memuaskan keinginan diri dan mendapatkan kesenangan. Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (1995), yang mencakup:

1. *Impulsive Buying* (Pembelian impulsif)

Perilaku membeli produk berdasarkan dorongan kuat dan keinginan mendadak, tanpa pertimbangan matang terlebih dahulu, seringkali dilakukan tanpa memperhitungkan konsekuensi di masa depan, dengan biasanya dilatarbelakangi oleh emosi.

2. *Wasteful Buying* (Pemborosan)

Perilaku konsumsi yang ditunjukkan dengan kecenderungan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan hanya karena untuk memuaskan keinginan.

3. *Non Rational Buying* (Mencari Kesenangan)

Perilaku konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan dan tidak dipikirkan dengan matang, tetapi lebih untuk memberikan perasaan senang, bangga, percaya diri, serta diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitarnya.

### 3.4 Populasi dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi yang meliputi keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi, sedangkan elemen populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2019) Populasi dalam penelitian ini meliputi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

**Tabel 3.1 Populasi Penelitian**

Jurusan	Kelas	Laki laki	Perempuan	Jumlah
Manajemen	Pagi	264	495	759
	Sore	106	122	228
Total				987

**Sumber: DPPM Universitas Muhammadiyah Gresik**

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah populasi keseluruhan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi progam studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik berjumlah 987. Data tersebut diperoleh peneliti dari DPPM Universitas Muhammadiyah Gresik. Alasan peneliti memilih mahasiswa/i ialah karena mereka dapat memberikan informasi, dan memiliki karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2019).

#### 3.4.2 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* tipe incidental sampling. Alasan pemilihan teknik incidental sampling yaitu berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018:82), penelitian ini menggunakan Keseluruhan Mahasiswa Jurusan Manajemen aktif. Alasan pemilihan populasi ini karena peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari jenis kelamin untuk menentukan sample dari suatu populasi dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

**Rumus 1 Slovin**

Keterangan:

N = Ukuran Populasi

n = Ukuran Sample

e = Persen kelonggaran, kesalahan pengambilan sample populasi 5%

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka dapat diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{987}{1 + 987 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{987}{1 + 987 (0,0025)}$$

$$n = \frac{987}{1 + 2,4675}$$

$$n = \frac{987}{3,4675}$$

$$n = 284,64 = 285$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, maka didapatkan sampel dengan jumlah yang dijadikan responden pada penelitian ini sebanyak 285 Mahasiswa

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian, bertujuan untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan menghimpun data yang berhubungan dengan penelitian. Ada berbagai macam teknik pengumpulan data, namun teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden diminta serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2019).

Penelitian dengan tujuan untuk mengungkapkan kondisi-kondisi dalam diri subjek yang ingin diketahui. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa, skala likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Penggunaan skala dengan alasan berikut:

- a. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya.
- b. Apa yang dikatakan subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada subjek sama dengan apa yang dimaksud peneliti.

Skala likert untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial ini telah digunakan secara spesifik oleh beberapa peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). penentuan skala *Likert* dalam penelitian ini terdapat empat alternatif jawaban merupakan hal yang dirasa paling tepat karena untuk menghindari jawaban bias oleh responden apabila alternatif jawaban ditambahi dengan Netral. Berikut penilaian Skala Likert yang terdiri dari pernyataan positif dan negatif dengan rentang skor 1–4 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert**

Skor Pernyataan Favorabel	Skor Pernyataan Unfavorabel	Intepretasi
4	1	Sangat Setuju
3	2	Setuju
2	3	Tidak Setuju
1	4	Sangat Tidak Setuju

**Sumber : Sugiyono (2019)**

### 3.5.1 Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengukur perilaku konsumtif pada subjek penelitian. Alat ukur Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek sebagai berikut: Pembeli Impulsif (pembelian yang didasarkan oleh pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan), Pembelian Tidak Rasional (Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga dan pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi), Pembelian Boros (pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen dan Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan). Skala perillaku konsumtif disusun

oleh Prisilia (2020) dan telah diuji berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Fromm (1995).

**Tabel 3.3 Kisi kisi Instrumen Konsumtif**

Aspek	No Butir		Jumlah Butir
	F	UF	
Pembelian Impulsif	4, 9, 25, 28	1, 5, 14, 17, 24	9
Pemborosan	2, 10, 11, 22	3, 8, 20, 26, 27	10
Mencari Kesenangan	7, 15, 16, 18, 19, 21	6, 12, 13, 23	9
Total	28		

Sumber: Bella (2020)

### 3.6 Validitas dan Reliabilitas

#### 3.6.1 Validitas

Menurut Azwar (2015), daya diskriminasi suatu item mengacu pada seberapa baik item tersebut dapat membedakan individu atau kelompok individu yang memiliki atribut yang diukur dari mereka yang tidak memiliki atribut tersebut. Pengujian diskriminasi item dilakukan dengan menghitung seberapa erat hubungan antara distribusi skor dari setiap item dengan distribusi skor keseluruhan skala yang diukur. Komputasi ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem – total.

Sebagai standar dalam memilih item berdasarkan korelasi total item, biasanya menggunakan batasan  $r_{ix} \geq 0,30$ . Semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya beda yang memuaskan. Item dengan koefisien korelasi kurang dari 0,30 dapat dianggap memiliki daya beda yang rendah (Azwar, 2015).

#### 3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau ketepatan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran, jika pengukuran tidak reliabel maka menghasilkan skor yang tidak dapat di percaya atau di terima karena adanya perbedaan skor antara individu ditentukan oleh faktor kesalahan (*error*). Pengukuran yang tidak reliabel akan menjadi tidak konsisten dari waktu ke waktu (Azwar, 2018). Jenis reliabilitas dalam penelitian ini adalah uji *Alpha Cronbach*. Uji *Alpha Cronbach* memiliki ketentuan berdasarkan besarnya koefisien reliabilitas ( $r_{xx'}$ ) yang angkanya dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00 semakin

tinggi koefisien 1,00 maka semakin tinggi nilai reliabilitas. Sebaliknya, koefisien yang lebih rendah mendekati 0 maka semakin rendah reliabilitasnya (Azwar,2018). Untuk menghitung koefisien reliabilitas alpha diperoleh melalui bentuk skala yang hanya diterapkan satu kali saja pada kelompok responden, yang hanya menyajikan satu skala satu kali sehingga problem yang timbul pada pendekatan reliabilitas tes ulang dapat dihindari (Azwar, 2018).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini, dilakukan dalam dua tahap uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi meliputi: (1) Uji normalitas, dan (2) Uji homogenitas.

#### 3.7.1 Uji Asumsi

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah skor variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kolmogorov smirnov Z. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data dapat dilihat dari nilai  $p > 0,05$  maka data tersebut normal. Sebaliknya jika data tersebut  $p < 0,05$  maka data tersebut tidak normal.

##### b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan sebagai prasyarat jika akan melakukan t-test atau uji-t. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Jika nilai signifikan  $p$  lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) maka data yang diperoleh dinyatakan homogen. Homogenitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *one-way* anova.

#### 3.7.2 Uji Hipotesis

Setelah terpenuhinya uji asumsi, maka akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji analisis statistik independent sample T-test dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, atau dengan membandingkan nilai signifikansi. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel maka  $H_0$  diterima. Jika  $t$  hitung  $> t$  tabel maka  $H_0$  ditolak (Reza, 2017). Uji analisis statistik independent sample T-test ini bertujuan untuk menguji apakah ada perbedaan antara dua sampel

atau dua kelompok data yang independen. Menurut Liche dkk, untuk menentukan bahwa terdapat perbedaan antara dua kelompok dalam penelitian komparasi yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, berarti nilai t hitung signifikan. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 berarti nilai t hitung tidak signifikan, artinya tidak ada perbedaan skor yang signifikan pada dua kelompok. Untuk proses selanjutnya proses analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program komputer IBM *Statistical Program for Social Science (SPSS) for windows* versi 25.

