

BAB III

METODE PENELITIAN

Salah satu unsur paling penting dalam penelitian ilmiah adalah metode penelitian, yaitu suatu teknis yang dilakukan dalam proses penelitian dalam bidang pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran (Nazir,2003). Menurut Sugiyono (2009) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian memegang peranan penting dalam membantu penelitian untuk memperoleh pengetahuan baru dalam memecahkan masalah.

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Untuk dapat menguji hipotesis terlebih dahulu perlu diidentifikasi variabel - variabel yang akan dipakai dalam suatu penelitian. Variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian (Sugiyono,2009). Adapun variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variabel bebas (X) : Kontrol diri

Variabel tergantung (Y) : Kecenderungan perilaku pembelian impulsif
terhadap barang bermerek

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian adalah merupakan suatu

definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variable tersebut (Nazir,2003), sehingga dalam usaha menghindari kesalahpahaman tentang data yang dikumpulkan dan memntukan alat pengumpulan data maka dikemukakan definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian.

Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

E. Kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek

Kecenderungan perilaku pembelian impulsif mahasiswa terhadap barang bermerek dalam penelitian ini adalah pembelian berupa berbelanja secara berlebihan dengan lebih menitikberatkan pada dasar emosi semata, bukan pada pertimbangan rasional baik dalam hal sisi psikologis maupun ekonomis terhadap barang - barang yang dimiliki simbol tertentu yang terkenal sehingga membedakannya dengan barang lainnya. Adapun barang - barang bermerek yang dimaksud tersebut, seperti merek sepatu yang meliputi fladeo, yongki komaladi, Dr kevin, *watchout*. Selain itu, merek baju yang meliputi *moving blue*, *watchout*, *cardinal*, *emba*, *richardo*, *d'britano*, *benhill*, kecenderungan perilaku membeli tidak terkontrol ini karena dilandasi oleh perasaan gembira atau senang, keinginan tidak terduga dan spontan untuk membeli secepatnya sesuatu yang terlihat oleh mata, tekanan motivasi intens yang cukup kuat dengan mengesampingkan semua pertimbangan, serta mengabaikan kemungkinan konsekuensi yang

membahayakan sehingga dapat mengarah kepada penyesalan pada barang - barang bermerek.

Berdasarkan definisi di atas, variabel kecenderungan perilaku Pembelian Impulsif dapat diukur melalui indikator - indikator sebagai berikut:

- a. Spontanitas yaitu pembelian ini tidak diharapkan dan memotivasi konsumen untuk membeli sekarang, sering sebagai respons terhadap stimulasi visual yang langsung di tempat penjualan.
- b. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas yaitu adanya motivasi untuk mengesampingkan semua yang lain dan bertindak seketika.
- c. Kegairahan dan stimulasi yaitu desakan mendadak untuk membeli sering disertai emosi yang dicirikan sebagai “menggairahkan”, ”menggetarkan” atau “liar”.
- d. Ketidakpedulian akan akibat yaitu desakan untuk membeli dapat menjadi begitu sulit ditolak sehingga akibat yang mungkin negatif diabaikan.

F. Kontrol Diri

Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku yang dilakukan individu dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu, sehingga secara rasional mampu memutuskan sesuatu untuk bertindak secara efektif.

Definisi operasional sebagaimana dikemukakan di atas dapat diukur melalui indikator - indikator kontrol diri sebagai berikut:

- a. Kemampuan mengontrol perilaku, yaitu kemampuan untuk menentukan siapa

yang mengendalikan situasi.

b. Kemampuan mengontrol stimulus, yaitu kemampuan untuk menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan cara mencegah atau menjauhi sebagian dari stimulus, menempatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum berakhir, dan membatasi intensitas stimulus.

c. Kemampuan mengantisipasi peristiwa, yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif obyektif.

d. Kemampuan menafsirkan peristiwa yaitu kemampuan untuk menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subyektif.

e. Kemampuan mengambil keputusan, yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

C. Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sementara menurut Hadi (2000) populasi adalah sejumlah individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama.

Menurut Hadi (2000) sampel adalah sebagian dari populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2009) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Terkait dengan hal tersebut, subyek dalam

penelitian ini adalah mahasiswa dengan jenis kelamin laki-laki atau perempuan di Surabaya. Mengingat keterbatasan peneliti untuk menjangkau keseluruhan populasi, maka peneliti hanya meneliti sebagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian, atau yang dikenal dengan nama sampel. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik insidental, Artinya setiap anggota populasi mendapat kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dengan mempertimbangkan kesediaan mereka, teknik *insidental sampling* dipilih dengan mempertimbangkan kemudahan untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan karakteristik tertentu (Hadi, 2000). Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka jumlah sampel yang akan menjadi subyek penelitian ini adalah sebanyak 100 orang, meskipun Azwar (2007) menyatakan bahwa secara tradisional, statistik menganggap jumlah sampel dari 60 orang sudah cukup banyak. Data karakteristik subyek penelitian dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin laki - laki dan perempuan. Adapun rinciannya yaitu meliputi jumlah jenis kelamin laki - laki yaitu sebanyak 22 orang dan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 78 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

Sebagai upaya menghasilkan data yang relevan sehingga tujuan penelitian memiliki validitas dan realibilitas setinggi mungkin, maka penelitian ini menggunakan skala sebagai pengumpul data. Pengumpulan data pada penelitian ini digunakan metode skala dengan asumsi bahwa subyek melaporkan keadaan diri seperti yang diyakini. Menurut Hadi (2000), anggapan yang mendasari metode skala adalah subjek adalah orang yang tahu tentang dirinya sendiri, apa

yang dinyatakan oleh subjek kepada penyelidik adalah benar dapat dipercaya, dan interpretasi subjek tentang pertanyaan yang diajukan kepadanya adalah sama.

Kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini diungkap dengan skala *Likert*, yaitu berupa sejumlah daftar pernyataan tertulis yang disusun dan disebarakan kepada subyek penelitian yang diminta untuk mengisi sesuai dengan diri pribadi atau menggambarkan keadaan subyek yang sebenarnya.

Pernyataan dalam skala terdiri dari pernyataan *favourable* yang menunjukkan indikasi mendukung terhadap indikator dari variable yang diungkap dan pernyataan *unfavourable* yang menunjukkan indikasi tidak mendukung terhadap variable yang diungkap. Setiap aitem dari masing – masing pernyataan memenuhi 5 alternatif jawaban yaitu, SS (sangat setuju), S (setuju), R (ragu-ragu), TS (tidak setuju), STS (sangat tidak setuju) dengan bobot aitem untuk pernyataan *favourable* yaitu SS (sangat setuju) dinilai 5, S (setuju) dinilai 4, R (ragu-ragu) dinilai 3, TS (tidak setuju) dinilai 2, STS (sangat tidak setuju) dinilai 1 sedangkan untuk pernyataan *unfavourable* pada jawaban SS (sangat setuju) dinilai 1, S (setuju) dinilai 2, R (ragu-ragu) dinilai 3, TS (tidak setuju) dinilai 4, STS (sangat tidak setuju) dinilai 5.

Dalam penelitian ini menggunakan 2 macam skala, yaitu :

6. Skala Kontrol Diri

Skala yang digunakan untuk mengungkap kemampuan kontrol diri mahasiswa terhadap barang bermerek yang terdiri dari 50 butir aitem. Skala terbagi atas pernyataan *favourable* sebanyak 25 butir item dan pernyataan *unfavourable* 25 butir aitem.

Penelitian dalam skala tersebut menggunakan model Skala *Likert* yang dimodifikasi bentuknya berupa pernyataan-pernyataan dengan lima alternatif jawaban. Kelima jawaban tersebut adalah Sangat setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu(R), Tidak setuju(TS) dan Sangat tidak setuju(STS) dengan bobot aitem untuk pernyataan *favourable* yaitu SS (sangat setuju) dinilai 5, S (setuju) dinilai 4, R (ragu-ragu) dinilai 3, TS (tidak setuju) dinilai 2, STS (sangat tidak setuju) dinilai 1 sedangkan untuk pernyataan *unfavourable* pada jawaban SS (sangat setuju) dinilai 1, S (setuju) dinilai 2, R (ragu-ragu) dinilai 3, TS (tidak setuju) dinilai 4, STS (sangat tidak setuju) dinilai 5.

Adapun *blueprint* skala kontrol diri mahasiswa terhadap barang bermerek dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Blueprint Skala Kontrol Diri terhadap Barang Bermerek

No	Indikator	Nomor Butir		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
1	Kemampuan mengontrol perilaku	1,11,21,31,41	6,16,26,36,46	10
2	Kemampuan mengontrol stimulus	2,12,22,32,42	7,17,27,37,47	10
3	Kemampuan mengantisipasi peristiwa	3,13,23,33,43	8,18,28,38,48	10
4	Kemampuan menafsirkan peristiwa	4,14,24,34,44	9,19,29,39,49	10
5	Kemampuan mengambil keputusan	5,15,25,35,45	10,20,30,40,50	10
	Total	25	25	50

7. Skala Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif terhadap Barang Bermerek

Skala yang digunakan untuk mengungkap kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek yang terdiri dari 40 butir aitem. Skala terbagi atas pernyataan *favourable* sebanyak 20 butir item dan pernyataan *unfavourable* 20 butir aitem.

Penelitian dalam skala tersebut menggunakan model Skala Likert yang dimodifikasi bentuknya berupa pernyataan-pernyataan dengan lima alternative jawaban. Kelima jawaban tersebut adalah Sangat setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu(R), Tidak setuju(TS) dan Sangat tidak setuju(STS) dengan bobot aitem untuk pernyataan *favourable* yaitu SS (sangat setuju) dinilai 5, S (setuju) dinilai 4, R (ragu-ragu) dinilai 3, TS (tidak setuju) dinilai 2, STS (sangat tidak setuju) dinilai 1 sedangkan untuk pernyataan *unfavourable* pada jawaban SS (sangat setuju) dinilai 1, S (setuju) dinilai 2, R (ragu-ragu) dinilai 3, TS (tidak setuju) dinilai 4, STS (sangat tidak setuju) dinilai 5.

Adapun *blueprint* skala kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Blueprint Skala Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif terhadap Barang Bermerek

No	Indikator	Nomor Butir		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
1	Adanya perasaan spontanitas dalam melakukan pembelian	1,9,17, 25,33	5,13,21,29,37	10
2	Adanya kekuatan, intensitas, yaitu motivasi untuk mengesampingkan semua yang lain dan bertindak seketika	2,10,18,26,34	6,14,22,30,38	10
3	Adanya kegairahan dan stimulasi yaitu	3,11,19,27,35	7,15,23,31,39	10

	desakan mendadak untuk membeli sering disertai emosi yang dicirikan sebagai mrnggairahkan			
4	Ketidakpedulian akan akibat yaitu desakan untuk membeli dapat menjadi begitu sulit ditolak sehingga akibat yang mungkin negatif diabaikan	4,12,20,28,36	8,16,24,32,40	10
	Total	20	20	40

8. Hasil Rangkuman Hasil Uji Kesahihan Butir dan Uji Reabilitas Skala Kontrol Diri terhadap Barang Bermerek.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Uji Validitas Item Kontrol Diri

No	Indikator	Nomor Butir				Jumlah
		Favourable		Unfavourable		
		Shahih	Gugur	Shahih	Gugur	
1	Kemampuan mengontrol perilaku	21,31,41	1,11	26,36,46	6,16	10
2	Kemampuan mengontrol stimulus	2,12,22,32,42	-	7,17,27,37,47	-	10
3	Kemampuan mengantisipasi peristiwa	3,13,23,33,43	-	8,18,28,38,48	-	10
4	Kemampuan menafsirkan peristiwa	-	4,14,24,34,44	9,19,49	29,39	10
5	Kemampuan mengambil keputusan	25	5,15,35,45	10,20,30,40,50		10
	Total	15	11	20	4	50

Berdasarkan hasil rangkuman di atas, dapat kita lihat hasil uji validitas yang terdiri dari 50 butir pernyataan dalam skala Kontrol Diri pada terhadap

Barang Bermerek terdapat 35 butir sah dan 15 butir gugur. Butir – butir yang gugur tersebut memiliki *index corrected item correlation* $\leq 0,3$ yang meliputi nomor – nomor 1, 4, 5, 6, 11, 14, 15, 16, 24, 29, 34, 35, 39, 44 dan 45. Sementara butir yang sah memiliki *index corrected item total correlation* yang bergerak dari 0,293 - 0,752.

Selanjutnya butir – butir yang sah tersebut di uji reabilitasnya dan hasilnya menunjukkan dari 35 butir sah memiliki harga *Alpha Cronbach* = 0,940 yang berarti sangat *reliable* (Azwar,2007).

4. Hasil Rangkuman Hasil Uji Kesahihan Butir Dan Uji Reliabilitas Skala Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif terhadap Barang Bermerek.

Berdasarkan hasil Uji Validitas yang terdiri dari 40 butir pernyataan dalam skala kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek terdapat 36 butir sah dan 4 butir gugur.

Butir – butir yang gugur tersebut memiliki *index corrected item correlation* $\leq 0,3$ yang meliputi nomor 7, 16, 37, dan 40. Sementara butir yang sah memiliki *index corrected item total correlation* yang bergerak dari 0,285 - 0,823. Selanjutnya butir – butir yang sah tersebut di uji reabilitasnya dan hasilnya menunjukkan dari 36 butir sah memiliki harga *Alpha Cronbach* = 0,951 berarti sangat *reliable* (Azwar,2007). Hasil rangkuman selengkapnya termuat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Rangkuman Hasil Uji Validitas Item Skala Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif

No	Indikator	Nomor Butir				Jumlah
		Favourable		Unfavourable		
		Shahih	Gugur	Shahih	Gugur	
1	Adanya perasaan spontanitas dalam melakukan pembelian	1,9,17,25,33	-	5,13,21,29	37	10
2	Adanya kekuatan, intensitas, yaitu motivasi untuk mengesampingkan semua yang lain dan bertindak seketika	2,10,18,26,34	-	6,14,22,30,38	-	10
3	Adanya kegairahan dan stimulasi yaitu desakan mendadak untuk membeli sering disertai emosi yang dicirikan sebagai mrnggairahkan	3,11,19,27,35	-	15,23,31,39	7	10
4	Ketidakpedulian akan akibat yaitu desakan untuk membeli dapat menjadi begitu sulit ditolak sehingga akibat yang mungkin negatif diabaikan	4,12,20,28,36	-	8,24,32	16,40	10
	Total	20	0	16	4	40

Adapun penjelasan karakteristik sampel penelitian yang dibedakan dari jenis kelamin yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dalam kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek yaitu dalam skala

kecenderungan perilaku pembelian impulsif terdapat 36 item sah yang berarti memiliki nilai *Mean* Teoritis skala senilai 108.

Selain itu, *Mean* Empiris pada laki-laki senilai 83,27 dan *Mean* Empiris pada perempuan senilai 86,42 yang berarti *Mean* Empiris laki-laki maupun perempuan sama-sama mempunyai nilai lebih kecil daripada *Mean* teoritis. Artinya baik laki-laki maupun perempuan dalam subyek penelitian ini memiliki kecenderungan perilaku pembelian impulsif yang sama-sama rendah. Tetapi kecenderungan perilaku pembelian impulsif subyek penelitian pada perempuan mempunyai nilai mean sebesar 86,42 lebih tinggi dibanding kecenderungan perilaku pembelian impulsif subyek penelitian pada laki-laki yang hanya mempunyai nilai mean sebesar 83,27.

E. Metode Analisa Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode statistik. Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan pearson product moment. Sebelum data - data yang terkumpul dianalisa, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi meliputi:

1. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian kedua variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS for Windows versi 16,0*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai $p > 0,05$ dan tidak terdistribusi secara normal apabila nilai $p < 0,05$.

Hasil uji normalitas sebaran skor variabel kontrol diri mahasiswa terhadap

barang bermerek menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan harga koefisien $Z = 0,112$ pada $p = 0,044$ yang berarti bahwa sebaran skor variabel kontrol diri memiliki koefisien $p < 0,05$ yang berarti tidak normal. Sedangkan hasil uji normalitas sebaran skor variabel kecenderungan perilaku pembelian impulsif mahasiswa terhadap barang bermerek yang juga menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dan menunjukkan harga koefisien $Z = 0,090$ pada $p = 0,004$ yang berarti menunjukkan bahwa sebaran skor variabel kecenderungan perilaku pembelian impulsif memiliki koefisien, $p < 0,05$ yang berarti juga tidak normal.

2. Uji Linieritas Hubungan

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel skala intensi kontrol diri berkorelasi secara linear terhadap data variabel kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Uji linearitas ini dilakukan dengan menggunakan *test for linearity* dengan bantuan *SPSS for Windows versi 16,0*. Kedua variabel dikatakan berhubungan secara linear jika $p < 0,5$.

Hasil uji linieritas hubungan kontrol diri dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek yaitu berdasarkan hasil korelasi antara variabel kontrol diri dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif diperoleh harga $F = 207,353$, dengan $p = 0.000$, (< 0.05) sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel kontrol diri dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif terdapat hubungan yang linear.

Selanjutnya analisa data yang semula direncanakan dilakukan dengan *product moment*, tidak dapat dilakukan karena uji asumsi normalitas tidak

terpenuhi. Untuk itu analisa data dilakukan dengan statistik non parametrik yaitu menggunakan teknik *Spearman Brown*.