

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *body image* (X) dengan variabel perilaku konsumtif (Y).

Alat ukur yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini terdiri atas dua skala yaitu skala perilaku konsumtif dan skala citra tubuh. Skala yang digunakan menggunakan model skala Likert.

B. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dewasa awal yang berusia 18 – 25 tahun di Kota Bandung dengan jumlah yang tidak diketahui.

3.2.2 Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini diambil menggunakan teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* menurut Creswell (2013) adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan dan kesiapan responden, yaitu responden yang memenuhi kriteria didasarkan pada karakteristik khusus sebagai berikut:

- a. Wanita berusia 18-25 tahun
- b. Mahasiswa di salah satu Universitas di Bandung
- c. Wanita yang pernah membeli kosmetik atau skincare .
- d. Bersedia menjadi responden penelitian

Berdasarkan tabel Isaac & Michael dalam menentukan populasi kurang lebih dari 1.000.000 atau tak terhingga ($N = \infty$) dan tingkat toleransi kesalahan 5% ($s = 5\%$), maka jumlah minimal sampel adalah 349 orang.

Oleh karena itu, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 375 orang.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*) yaitu:

- a. X : *Body Image*
- b. Y : Perilaku Konsumtif

3.2.2 Definisi Operasional

a. *Body Image*

Body image merupakan pandangan yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya berupa penilaian positif atau negatif. *Body image* dapat dilihat dari beberapa dimensi yaitu, evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan area tubuh mencakup (kepuasan individu mengenai bagian tubuh tertentu seperti area wajah, lengan, bahu, perut, paha, dan juga bagian keseluruhan pada tubuhnya), kecemasan akan kegemukan, dan pengkategorian ukuran tubuh.

b. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan yang bukan merupakan prioritas kebutuhannya. Perilaku konsumtif dapat dilihat dari beberapa dimensi yaitu, membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang untuk menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, dan membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara online. Kuesioner terdiri dari

tiga bagian yang dirancang untuk mengumpulkan informasi yang relevan. Bagian pertama adalah identitas dan informasi geografis responden. Bagian kedua berisi pernyataan tentang tingkat *body image* responden dengan menggunakan instrumen yang telah valid dan reliabel. Terakhir, bagian ketiga berisi pertanyaan tentang tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh responden. Penggunaan teknik pengumpulan data melalui menyebar kuesioner secara online memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan cepat dan efisien dari sejumlah responden yang luas.

E. Instrumen Penelitian

3.5.1 *Body Image*

Instrumen *body image* yang digunakan untuk mengukur ini berdasarkan teori Cash (2002), dari 5 aspek tersebut yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian-bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh yang dikembangkan oleh Wahyudi (2018). Skala ini memiliki 15 item dengan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0,942. Instrumen *Body Image* ini menggunakan Skala Likert dengan empat alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam skala Likert menggunakan dua jenis pernyataan yakni pernyataan positif (*favorable*) dan pernyataan negatif (*unfavorable*). Penilaian pada skala Likert terdapat empat kategori jawaban yakni sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skoring Skala Likert

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

Tabel 3.2 Kisi Kisi Instrumen Body Image

	Indikator	No Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Appearance evaluation</i> (evaluasi penampilan)	1	9, 14	3
2	<i>Appearance orientation</i> (orientasi penampilan)	15	4, 12	3
3	<i>Body area satisfaction</i> (kepuasan bagian tubuh)	6, 13	2, 8	4
4	<i>Overweight preoccupation</i> (kecemasan menjadi gemuk)	11	10	2
5	<i>Self-classified weight</i> (pengkategorian ukuran tubuh)	3, 5	7	3
		7	8	15

3.5.2 Perilaku Konsumtif

Skala Perilaku Konsumtif menggunakan skala yang diadaptasi dari penelitian Pagunsie (2019) yang menggunakan indikator dari Sumartono (2002) dan kemudian dikembangkan kembali oleh peneliti dengan menyesuaikan dengan keadaan dari partisipan dalam penelitian ini. Skala ini memiliki 25 item dengan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0,970. Instrumen Perilaku Konsumtif ini menggunakan Skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam skala Likert menggunakan dua jenis pernyataan yakni pernyataan positif

(favorable) dan pernyataan negatif (unfavorable). Penilaian pada skala Likert terdapat lima kategori jawaban yakni sebagai berikut :

Tabel 3.3 Skoring Skala Likert

Kategori Jawaban	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Cukup Setuju (CS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
<i>Favorable</i>	5	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4	5

Tabel 3.4 Kisi Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif

Aspek	No Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Membeli barang karena iming-iming hadiah.	1, 9, 21		3
Membeli barang karena kemasan yang menarik.	2, 22	10	3
Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	3, 11, 17	-	3
Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestise.	4, 12, 25	23	4
Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.	5, 14	24	3

Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.	6, 13	18	3
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif.	7, 15	19	3
Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).	8	16, 20	3
Jumlah		6	25

F. Proses Pengembangan Instrumen

1. Analisis Item

Menurut Lisa Friedenberg (1955), nilai korelasi yang digunakan untuk menentukan alat ukur psikologi yaitu $> 0,3$. Item yang memiliki korelasi $< 0,3$ dapat disisihkan dan item-item yang memiliki korelasi $> 0,3$ dengan pertain semakin tinggi korelasi itu mendekati angka 1,00 maka semakin baik pula validitasnya.

Tabel 3.5 Hasil Analisis Item Alat Ukur *Body Image*

Kriteria	Nomor Item	Jumlah
Item Terpakai	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15	15
Item Tidak Terpakai	--	0

Tabel 3.6 Hasil Analisis Item Alat Ukur Perilaku Konsumtif

Kriteria	Nomor Item	Jumlah
Item Terpakai	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15	25

	16,17,18,19,20,21,22,23,24,25	
Item Tidak Terpakai	--	0

2. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrumen atau alat pengukuran yang digunakan dapat mengukur secara akurat variabel atau konsep yang ingin diteliti. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur tanpa distorsi atau kesalahan yang signifikan (Sugiyono, 2017).

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach adalah salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi internal dari suatu skala atau alat ukur yang terdiri dari beberapa item (pertanyaan). Teknik ini diberi nama sesuai dengan nama ahli psikologi Lee J. Cronbach, yang mengembangkan metode ini pada tahun 1951. Dalam suatu instrumen, penelitian dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2016). Maka dari itu kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas dilihat dari hasil item pertanyaan dalam instrumen, jika hasil diatas 0,60 maka item pertanyaan dapat diandalkan atau (*reliable*), jika hasil dibawah 0,60 maka item pertanyaan tidak dapat diandalkan (*not reliable*). Dan hasil reliabilitas *Cronbach Alpha* pada skala *body image* menghasilkan koefisien 0,87 dan perilaku konsumtif menghasilkan koefisien 0,83. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dikatakan *reliable*.

G. Prosedur Penelitian

3.6.1 Persiapan

Pada tahap ini, penulis mempersiapkan beberapa hal penting yang dibutuhkan dalam penelitian, yaitu:

- a. Melakukan studi literatur mengenai berbagai topik dan permasalahan masa kini yang sering terjadi.
- b. Menentukan permasalahan, tujuan, dan manfaat dalam penelitian.

- c. Menentukan populasi dan sampel dalam penelitian
- d. Menentukan alat ukur penelitian yang akan digunakan

3.6.2 Pelaksanaan

Pada tahap ini, penyebaran kuesioner dan pengolahan data penelitian mulai dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

- a. Membuat kerangka sasaran responden dalam penelitian
- b. Menyebarkan kuesioner secara langsung maupun secara daring kepada responden penelitian

3.6.3 Pelaporan Hasil Penelitian

- a. Membuat kesimpulan penelitian.
- b. Menyusun hasil penelitian dalam bentuk laporan atau skripsi

H. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik statistic regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana merupakan teknik analisis data yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun klausal satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent* (Sugiyono,2017). Peneliti menggunakan *Software Statistical Program for Social* (SPSS) 22 untuk menemukan analisis statistik deskriptif penelitian. Selanjutnya, peneliti melakukan uji normalitas Monte Carlo dengan hasil bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, peneliti juga melakukan uji beda berdasarkan sosiodemografi pada kedua variabel dengan teknik analisis independent sample T-Test dan one way ANOVA, tujuannya untuk melihat perbedaan tingkat *body image* dan perilaku konsumtif berdasarkan demografis tertentu. Lalu peneliti melakukan uji hipotesis menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk hipotesis penelitian yaitu terdapat pengaruh *body image* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y). Taraf signifikansi pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah 0,000.