

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu merupakan suatu pendekatan yang mengembangkan hasil analisis data yang diperoleh dengan menggunakan perhitungan-perhitungan statistik (analisis statistik) dalam bentuk *numerical* atau angka sehingga dapat memudahkan dalam proses analisis dan penafsirannya. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data empiris mengenai keefektifan *self-management* untuk mereduksi perilaku konsumtif remaja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pra-eksperimen dengan desain *pretest-posttest* satu kelompok atau *one group pretest-posttest design*. Dalam desain penelitian ini, kelompok tidak diambil secara acak atau berpasangan, tidak ada kelompok pembandingan, tetapi dilakukan tes awal dan tes akhir disamping perlakuan.

Rancangan desain penelitian *one group pretest-posttest* menurut Creswell (2010, hlm. 214) yaitu sebagai berikut:

O₁ ——— X ——— O₂

Keterangan:

O₁ : Observasi yang dilakukan sebelum eksperimen (*pre-test*)

X : Eksperimen/ tindakan (*treatment*)

O₂ : Observasi yang dilakukan setelah eksperimen (*post-test*)

3.2 Partisipan

Penelitian dilakukan terhadap siswa kelas XI SMK Pasundan 1 Bandung Tahun Ajaran 2014/2015. Sekolah ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena pada studi pendahuluan ditemui fenomena yang terkait dengan perilaku konsumtif remaja. Serta belum tersedianya layanan bimbingan dan konseling secara khusus untuk menangani perilaku konsumtif yang terjadi pada kalangan remaja saat ini. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI yang mempunyai perilaku konsumtif pada kategori tinggi. Untuk membantu konseli dalam mereduksi perilaku konsumtifnya maka siswa dibantu oleh konselor

sekolah, orang tua dan teman-teman konseli. Partisipan yang terlibat dapat melakukan perannya masing-masing untuk membantu memonitoring konseli supaya perilaku konsumtifnya bisa berkurang.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah siswa kelas XI SMK Pasundan 1 Bandung tahun ajaran 2014/2015. Siswa kelas XI mempunyai tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dilihat dari penggunaan barang-barang yang bermerk dan sangat mengikuti *trend fashion*, penggunaan barang yang menunjukkan status sosial seorang individu sudah sangat terlihat perbedaannya, serta pengaruh teman sebaya yang sangat kuat dalam melakukan konsumsi suatu barang. Sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 363 orang siswa, yaitu terbagi kedalam 10 kelas yang nantinya akan dipilih beberapa orang siswa yang mempunyai perilaku konsumtif pada kategori tinggi untuk diberikan perlakuan (*treatment*).

Tabel 3.1
Jumlah Populasi Penelitian

No.	Kelas	Jumlah Siswa
1	XI Akutansi 1	38
2	XI Akutansi 2	28
3	XI Akutansi 3	39
4	XI Administrasi Perkantoran 1	36
5	XI Administrasi Perkantoran 2	37
6	XI Administrasi Perkantoran 3	41
7	XI Administrasi Perkantoran 4	40
8	XI Pemasaran 1	32
9	XI Pemasaran 2	36
10	XI Pemasaran 3	36
	Jumlah	363

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu berarti teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, sehingga mempermudah peneliti menganalisis objek atau situasi sosial yang sedang diteliti (Sugiyono, 2008, hlm. 218). Untuk penarikan sampel

ini, maka peneliti mengambil sampel siswa yang mempunyai perilaku konsumtif yang termasuk pada kategori tinggi untuk diberikan *treatment* dalam mereduksi perilaku konsumtifnya. Karena menurut hasil studi pendahuluan yaitu wawancara dengan guru BK dan observasi bahwa siswa mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi pada pakaian, aksesoris dan *gadget*, terlebih letak sekolah berada dipusat kota yang berdekatan dengan banyak pusat perbelanjaan yang memudahkan akses siswa untuk berperilaku konsumtif.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Perilaku Konsumtif

Yang dimaksud perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah perilaku remaja kelas XI di SMK Pasundan 1 Bandung Tahun Ajaran 2014/2015 berupa penggunaan barang dan jasa secara berlebihan dan tidak terencana yang kurang atau bahkan tidak diperlukan demi untuk menunjukkan harga diri (*prestise*). Ciri-ciri perilaku konsumtif, yaitu:

- 1) Perilaku konsumtif merupakan pembelian produk berdasarkan fungsi simbolik yang dimiliki suatu produk.
 - a. Membeli produk karena mengharapkan hadiah
 - b. Membeli produk karena kemasannya menarik
 - c. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
 - d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
- 2) Perilaku konsumtif merupakan pembelian produk tanpa pertimbangan yang rasional dan cenderung berlebihan. Sebuah produk saat ini tidak hanya bersifat objektif tetapi juga sebagai tanda signifikansi emosional dan sosial.
 - a. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi
 - b. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
 - c. Mencoba lebih dari dua produk
 - d. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

3.4.2 Teknik *Self-Management*

Teknik *self-management* dalam penelitian ini yaitu teknik mengelola pikiran, perasaan dan perbuatan yang dilakukan oleh konselor kepada konseli yang cenderung berperilaku konsumtif sehingga mendorong untuk menghindarkan diri dari perilaku negatif dan peningkatan pada perilaku yang positif. Perubahan perilaku tersebut dilakukan oleh individu (konseli) yang bersangkutan, bukan diarahkan atau dipaksakan oleh orang lain (konselor). Teknik *self-management* meliputi *self-monitoring* (pemantauan diri), *self-reward* (*reinforcement* yang positif), *self-contracting* (perjanjian dengan diri sendiri), dan *stimulus control* (penguasaan terhadap rangsangan). Adapun tahapan yang diberikan kepada konseli dalam pemberian bantuan, yaitu sebagai berikut.

1) *Self-Monitoring* (Pemantauan Diri)

Pada tahap ini konseli mengidentifikasi masalah yaitu penyadaran akan masalah, dan penetapan tujuan dari target yang diinginkan yaitu mereduksi perilaku konsumtif. Konseli belajar untuk mengamati diri sendiri dan mencatat sendiri tingkah laku tertentu tentang dirinya. Adapun langkah-langkah dari *self-monitoring*, yaitu sebagai berikut: (a) konseli menyeleksi perilaku yang ingin diubahnya, (b) konseli menyusun tujuan-tujuan yang akan dicapai untuk target yang diharapkan dan menghindari hambatan, (c) konseli menargetkan reaksi-reaksi yang akan di pantau, (d) konseli mengawasi akibat dari setiap reaksi yang akan dialami, (e) konseli mengevaluasi hasil pemantauan dirinya untuk melihat sejauhmana keberhasilan dari *self-management*-nya.

2) *Self-Reward* (*Reinforcement* yang positif)

Pada tahapan ini konseli belajar untuk memberikan hadiah atas apa yang telah dilakukannya. Tujuannya yaitu untuk membantu konseli dalam mengatur dan memperkuat perilakunya yang baru. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam *self-reward* (ganjar diri), yaitu sebagai berikut: (a) konseli memilih perilaku yang ingin ditingkatkan atau dikurangi. Untuk masing-masing pilihan perilaku, konseli mendefinisikan secara khusus dengan hadiah yang diinginkan, (b) apabila semakin tinggi reaksi perubahan

perilakunya, maka konseli berhak memperoleh *reward* yang semakin tinggi pula, (c) jika konseli tidak melakukan perubahan perilaku yang besar dalam jangka waktu yang pendek, maka konseli tidak berhak mendapat *reward*.

3) *Self- Contracting* (Perjanjian dengan Diri Sendiri)

Pada tahapan ini konseli harus berupaya atau bersungguh-sungguh dalam melakukan serangkaian proses perubahan perilaku yang sudah direncanakan sebelumnya. Kesungguhan konseli bisa dilihat dengan adanya kerjasama dengan pihak lain diluar dirinya (orang tua, teman-teman dan guru). Langkah-langkah dalam *self-contracting* menurut Yates (1985, hlm. 168), yaitu sebagai berikut: (a) konseli membuat berbagai perencanaan untuk mengubah perilaku yang ingin dirubahnya, (b) konseli meyakini target perubahan perilaku yang ingin dirubahnya, (c) konseli bekerjasama dengan teman ataupun keluarga untuk memperkuat program *self-management*-nya, (d) konseli harus menanggung resiko apapun mengenai program *self-management*-nya, (e) konseli menuliskan beberapa peraturan untuk dirinya sendiri selama menjalani program *self-management*.

4) *Stimulus Control* (Penguasaan terhadap Rangsangan)

Pada tahap ini konseli mengidentifikasi kondisi lingkungan yang tepat yang berperan sebagai isyarat pada respon tertentu yang membuat perilaku tersebut tidak terulang kembali. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam kendali *stimulus* ini yaitu sebagai berikut: (a) konseli memilih perilaku negatif yang ingin dirubah atau ditingkatkan, (b) konseli diarahkan untuk menemukan *stimulus* yang mampu mempertinggi reaksi dan yang kemungkinan akan menghambatnya dalam program *self-management*, (d) konseli menyusun kembali *stimulus* di sekitarnya yang mampu merubah perilaku negatifnya (Gunarsa, 1996, hlm 225-226).

3.5 Instrumen Penelitian

3.5.1 Jenis Instrumen

Instrumen penelitian yang digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini yaitu berupa angket tertutup. Angket tertutup merupakan angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa dan responden diminta untuk

memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang atau *checklist* (Riduwan, 2012, hlm. 72). Instrumen yang dikembangkan berdasarkan teori dari Mowen & Minor (2002, hlm. 134) bertujuan untuk mengungkap perilaku konsumtif siswa sebelum dan sesudah dilakukan *treatment* dari teknik *self-management*. Angket yang digunakan berisi sejumlah pernyataan mengenai perilaku konsumtif remaja kelas XI SMK Pasundan 1 Bandung Tahun Ajaran 2014/2015.

3.5.2 Penyusunan Kisi-kisi

Kisi-kisi instrumen digunakan untuk mengungkap perilaku konsumtif remaja pada kelas XI SMK Pasundan 1 Bandung yang dikembangkan berdasarkan definisi operasional variabel penelitian. Berikut adalah kisi-kisi instrumen perilaku konsumtif remaja.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif

Variabel	Aspek	Indikator	No. Soal	Jumlah
Perilaku Konsumtif	Pembelian produk berdasarkan fungsi simbolik yang dimiliki suatu produk	1) Membeli produk karena mengharapkan hadiah	1,2,3,4,5	5
		2) Membeli produk karena kemasan menarik	6,7,8,9,10	5
		3) Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk	11,12,13,14,15	5
		4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)	16,17,18,19,20,21,22	7
	Pembelian produk tanpa pertimbangan yang rasional dan cenderung berlebihan	1) Membeli produk karena menjaga penampilan dan gengsi	23,24,25,26,27	5
		2) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan	28,29,30,31,32	5

		menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi		
		3) Mencoba lebih dari dua produk sejenis	33,34,35,36,37,38	6
		4) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	39,40,41,42,43,44,45	7

Angket yang digunakan menggunakan skala *likert*. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2009, hlm. 136). Alternatif jawaban yang disediakan yaitu HSL (hampir selalu), SS (sangat sering), KD (kadang-kadang), SJ (sangat jarang), HTP (hampir tidak pernah) (Azwar, 2012, hlm. 213). Pola penyekoran pada angket berupa alternatif pilihan jawaban, sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pola Skor Opsi Alternatif Respon
Model Summated Ratings (Likert)

Pernyataan	Skor Opsi Alternatif Respon				
	HSL	SS	KD	SJ	HTP
Positif (+)	5	4	3	2	1
Negatif (-)	1	2	3	4	5

3.5.3 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 168) instrumen yang valid berarti alat ukur (instrumen) yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan instrumen yang digunakan dalam mengungkap perilaku konsumtif remaja. Uji validitas dilakukan pada seluruh item yang terdapat dalam instrumen perilaku konsumtif remaja. Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji validitas instrumen meliputi uji kelayakan instrumen oleh dosen ahli, uji keterbacaan, dan uji coba butir instrumen.

3.5.3.1 Uji Kelayakan Instrumen

Langkah pertama dalam pengujian validitas instrumen perilaku konsumtif adalah uji kelayakan instrumen dari segi bahasa, konstruk dan isi. Penimbangan uji kelayakan instrumen perilaku konsumtif dilakukan oleh tiga dosen ahli yaitu

melalui penilaian pada setiap butir item dengan kualifikasi Memadai (M) dan Tidak Memadai (TM). Untuk butir item yang dinyatakan memadai mengartikan bahwa item tersebut dapat digunakan, sedangkan item yang dinyatakan tidak memadai mengartikan bahwa item tersebut tidak bisa digunakan atau masih bisa dilakukan revisi pada butir pernyataan tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian tiga dosen ahli bahwa instrumen perilaku konsumtif remaja hampir seluruh item dapat dikatakan Memadai (M), namun terdapat beberapa butir item yang harus diperbaiki supaya dapat dipahami oleh siswa.

3.5.3.2 Uji Keterbacaan Instrumen

Selanjutnya dilakukannya uji keterbacaan instrumen oleh tiga orang siswa kelas X SMK Pasundan 1 Bandung. Tujuannya yaitu untuk mengetahui sejauhmana keterbacaan instrumen oleh responden dapat dimengerti atau tidak sebelum digunakan untuk kebutuhan penelitian. Hasilnya yaitu uji keterbacaan menunjukkan item pernyataan pada angket dapat dipahami oleh tiga siswa yang melakukan uji keterbacaan.

3.5.3.3 Uji Validitas Item Instrumen

Uji validitas yaitu merupakan salah satu cara untuk mengukur tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen (Suharsimi, 1993, hlm.168). Uji validitas dilakukan oleh tim penilai, dimana tim penilai memberikan nilai pada setiap item dengan kualifikasi memadai (M) dan tidak memadai (TM). Item yang diberikan nilai M menyatakan bahwa item tersebut dapat digunakan, dan item yang diberi nilai TM menyatakan dua kemungkinan yaitu item tersebut tidak bisa digunakan atau diperlukannya revisi pada item tersebut.

Validitas instrumen dilakukan dengan metode statistika menggunakan program SPSS 21.0 dengan menggunakan *corelation coefisien spearment*, yaitu sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung}	: Koefisien korelasi yang dicari
x	: Skor item
y	: Skor total
$\sum x$	: Jumlah skor item
$\sum y$	: Jumlah skor total (seluruh item)
N	: Jumlah responden
$(\sum x^2)$	: Kuadrat jumlah skor X
$(\sum y^2)$	: Kuadrat jumlah skor Y

Semakin tinggi nilai validitas soal menunjukkan semakin valid instrumen tersebut digunakan di lapangan. Mencari nilai r_{hitung} untuk setiap butir pernyataan dengan rumus:

$$\text{Dimana: } t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

t = harga t_{hitung} untuk tingkat signifikansi

r = koefisien korelasi

n = banyaknya subjek

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan *Microsoft Excel 2007* dan SPSS 21.0 bahwa diperoleh hasil yang sama antara pernyataan yang valid dan tidak valid, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Item Pernyataan	Jumlah
Valid	1. Saya membeli produk yang berhadiah voucher belanja 2. Saya membeli produk yang terdapat hadiah langsung meskipun harganya mahal 3. Saya membeli produk berhadiah untuk mendapatkan hadiah vouchernya saja 5. Saya membeli produk berhadiah walaupun tidak membutuhkannya 6. Saya membeli produk warna kemasannya menarik	35

	7. Saya membeli produk yang kemasannya menjadi favorit saya 8. Saya membeli produk yang coraknya menarik 9. Saya membeli produk yang bentuknya menarik 11. Saya membeli produk yang diiklankan oleh artis idola saya 12. Saya meniru gaya dan penampilan artis idola saya 13. Saya bangga apabila menggunakan pakaian yang sedang trend digunakan artis 14. Saya datang ketempat hiburan yang sering dikunjungi artis 16. Saya membeli produk-produk yang sedang diskon walaupun tidak membutuhkannya 17. Saya berbelanja jika sedang diskon 18. Saya membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan 19. Saya tidak membeli produk dengan harga mahal 22. Saya membeli suatu merk produk karena orang lain membelinya 23. Saya menggunakan produk yang sedang trend agar diperhatikan orang lain 24. Saya melakukan perawatan di salon ternama untuk menjaga penampilan saya 25. Saya membeli produk-produk terbaru 27. Saya membeli produk fashion untuk menunjang penampilan saya 28. Saya bangga jika memakai produk yang mahal 29. Kepercayaan diri saya meningkat jika menggunakan produk yang mahal 30. Saya terbiasa membeli produk dengan harga yang mahal 31. Saya tidak percaya diri jika membeli produk yang murah 34. Saya merasa kurang puas dengan merk produk yang dibeli 35. Saya membeli produk terbaru dari berbagai merk 36. Saya menggunakan parfum lebih dari satu merk 37. Saya kurang puas jika memakai satu merk produk 38. Saya menggunakan satu produk yang sama tetapi berbeda merk 39. Saya membeli produk-produk keluaran terbaru untuk menunjukkan status diri saya 40. Saya menggunakan handphone terbaru untuk menunjukkan status diri saya 43. Saya tidak membeli produk bermerk yang digunakan artis untuk menunjukkan status diri saya 44. Saya membeli produk mahal yang jarang dimiliki orang lain untuk menunjukkan status diri saya 45. Membeli produk bermerk untuk menunjukkan status diri saya	
Tidak Valid	4. Saya tidak membeli produk berhadiah karena biasanya kualitas produknya jelek 10. Saya membeli produk tidak dilihat dari kemasannya saja	10

	15. Saya tidak membeli barang karena terpengaruh artis yang mengiklankannya 20. Saya membeli produk tertentu jika saya menginginkannya 21. Saya tidak rela jika uang saya habis untuk berbelanja 26. Saya tidak berdandan jika hendak berpergian 32. Saya tidak menggunakan tas dan sepatu yang mahal 33. Saya tidak berganti-ganti merk suatu produk 41. Saya tidak ingin terlihat keren dibandingkan orang lain 42. Saya ingin orang lain tahu bahwa saya mampu membeli apapun yang diinginkan	
--	---	--

3.5.3.4 Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen menunjukkan derajat keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh oleh subjek penelitian dengan instrumen yang sama dalam kondisi yang berbeda. Suatu instrumen mempunyai tingkat reliabilitas yang memadai jika instrumen tersebut digunakan mengukur aspek yang diukur beberapa kali hasilnya akan tetap sama atau relatif sama (Sukmadinata, 2012, hlm. 230). Untuk mengetahui tingkat reliabilitas, instrumen diolah dengan metode statistika program SPSS 21.0 dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* berdasarkan Arikunto (2006, hlm. 112) dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s^2_j}{s^2_x} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas

k : Banyaknya belahan item

s^2_j : Varian skor belahan/ setiap item

s^2_x : Varian skor total

Berdasarkan perhitungan dari 35 item instrumen perilaku konsumtif diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,889. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas minimal 0,66 (Sugiyono, 2012, hlm. 184). Maka dapat dikatakan bahwa instrumen perilaku konsumtif reliabel, artinya instrumen yang digunakan mampu menghasilkan skor-skor pada item dengan konsisten serta layak digunakan dalam penelitian.

3.6 Prosedur Penelitian

Penelitian dilaksanakan dalam beberapa langkah yang dilakukan secara sistematis. Berikut adalah langkah-langkah penelitian yang dilakukan peneliti:

3.6.1 Penyusunan proposal penelitian

Peneliti menyusun proposal penelitian, dimulai dengan pengajuan tema dan judul kepada dewan skripsi. Setelah disetujui, maka proposal di presentasikan dan mendapat masukan dari dewan skripsi. Berdasarkan masukan-masukan yang diperoleh ketika seminar, proposal penelitian direvisi dan hasil revisi diajukan kembali untuk memperoleh dan pengangkatan dosen pembimbing skripsi.

3.6.2 Permohonan ijin

Perijinan penelitian dilakukan untuk persiapan selanjutnya yaitu mengumpulkan data. Proses perijinan penelitian dilakukan untuk memperlancar pelaksanaan penelitian. Perijinan penelitian diperoleh dari Departemen Psikologi Pendidikan dan Bimbingan, Fakultas Ilmu Pendidikan, dan SMK Pasundan 1 Bandung.

3.6.3 Penyusunan dan Pengembangan Alat Pengumpul Data

Untuk memperoleh data mengenai perilaku konsumtif dalam penelitian ini, maka digunakan instrumen berupa angket yang terdiri dari sejumlah pernyataan tertulis dengan lima alternatif jawaban. Instrumen yang dikembangkan mengacu pada definisi operasional variabel, selanjutnya dibagi dalam beberapa indikator. Angket perilaku konsumtif digunakan untuk *pretest* dan *posttest*.

3.6.4 Tes Awal (*Pre-Test*)

Pre-test merupakan tes awal yang dilakukan kepada sampel penelitian sebelum dilakukan tindakan intervensi (*treatment*) yang tujuannya untuk mengetahui gambaran awal siswa sebelum melakukan *treatment*. Instrumen untuk *pre-test* ini berupa angket tertutup untuk mengungkapkan perilaku konsumtif siswa.

3.6.5 Tindakan (*Treatment*)

Tindakan (*treatment*) merupakan suatu cara penanganan yang dilakukan oleh peneliti terhadap perilaku konsumtif sampel berdasarkan hasil *pre-test*. Tindakan (*treatment*) diberikan kepada siswa yang dikategorikan memiliki perilaku konsumtif tinggi.

3.6.6 Tes Akhir (*Post-Test*)

Post-test merupakan tes akhir yang dilakukan kepada sampel penelitian sesudah dilakukan perlakuan (*treatment*). *Post-test* dilakukan untuk mengetahui perubahan perilaku konsumtif siswa setelah dilakukan perlakuan. Angket *post-test* yang diisi oleh sampel yang telah diberikan perlakuan (*treatment*).

3.7 Analisis Data

Pada penelitian dirumuskan tiga pertanyaan penelitian, masing-masing akan diuraikan secara berurutan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan penelitian yang pertama mengenai gambaran umum perilaku konsumtif remaja kelas XI SMK Pasundan 1 Bandung Tahun Ajaran 2014/2015. Pertanyaan ini dijawab dengan menggunakan persentase dari lima kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Pembagian kategori diperoleh berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus aktual, dengan langkah perhitungan sebagai berikut:
 - a. Menghitung jumlah skor setiap siswa
 - b. Menentukan rata-rata skor aktual
 - c. Menentukan simpangan baku aktual
 - d. Mengubah skor mentah menjadi skor baku yaitu dengan menggunakan rumus median untuk lebih menekan pada subjek dan frekuensi (Furqon, 2008, hlm. 67).
 - e. Setelah memperoleh jumlah skor baku, data dikembalikan pada jawaban setiap item yaitu dengan menggunakan skala kontinum sehingga pengkatgorian menjadi kembali pada alternatif jawaban yaitu “hampir selalu” yang artinya bahwa kemampuan membeli barang dan jasa yang sangat berlebihan, pembelian yang sudah tidak rasional dan hanya didasarkan pada kebutuhan tapi hanya keinginan semata dan seringnya berbelanja secara impulsif, “sangat sering” yang artinya pembelian suatu barang dan jasa tidak didasarkan atas kebutuhan, melainkan atas dasar keinginan semata dan alasan membeli suatu barang dan jasa sudah tidak rasional, “kadang-kadang” yang artinya pembelian suatu barang dan jasa didasarkan pada keinginan semata, bukan atas dasar kebutuhan, “sangat

jarang” yang artinya bahwa pembelian suatu barang dan jasa mempertimbangkan kegunaan dan manfaat barang dan jasa, frekuensi pembelian pun sangat jarang dilakukan dan “hampir tidak pernah” yang artinya bahwa sangat selektif dalam memilih suatu barang dan jasa, sehingga sebelum membeli, siswa memikirkan manfaat dan kegunaan, harga dan kualitas serta kebutuhan akan suatu barang tertentu.

- 2) Pertanyaan yang kedua mengenai aspek dan sub aspek perilaku konsumtif remaja kelas XI SMK Pasundan 1 Bandung Tahun Ajaran 2014/2015. Perhitungan pencapaian dilakukan untuk mengetahui tingkat pencapaian aspek dan sub aspek perilaku konsumtif sebelum dan sesudah dilakukannya intervensi *self-management*. Perbandingan antara tingkat pencapaian *pre-test* dan *post-test* dilakukan untuk mengetahui perubahan tingkat pencapaian perilaku konsumtif setelah dilakukan intervensi *self-management*.
- 3) Pertanyaan ketiga mengenai keefektifan teknik *self-management* dalam mereduksi perilaku konsumtif remaja yang dirumuskan dalam hipotesis “teknik *self-management* efektif untuk mereduksi perilaku konsumtif remaja”. Keefektifan intervensi terhadap sampel penelitian dapat diketahui melalui pengolahan dan analisis data penelitian melalui metode kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

- a. Uji Gain Ternormalisasi

Uji gain ternormalisasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara *pre-test* dan *post-test*. Sehingga hasil keefektifan teknik *self-management* dapat diketahui dari hasil uji gain. Berikut adalah rumus menentukan uji gain.

$$\text{Gain ternormalisasi} = \frac{\text{skor pretest} - \text{skor posttest}}{\text{skor maksimal} - \text{skor pretest}}$$

Untuk mengetahui klasifikasi uji gain perilaku konsumtif menggunakan N-gain, sebagai berikut.

Tabel 3.5
Kategori Interpretasi N-Gain

Indeks N-Gain	Kategorisasi
N-Gain > 0,7	Tinggi
0,3 < N-Gain < 0,7	Sedang
N-Gain < 0,3	Rendah

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan pada data *pretest* dan *posttest* subjek penelitian dengan bantuan *SPSS 21.0 for windows*. Terdapat hipotesis yang digunakan pada uji normalitas, yaitu sebagai berikut:

Ho : Data *pretest* dan *posttest* berdistribusi tidak normal

Hi : Data *pretest* dan *posttest* berdistribusi normal

Jika signifikan < 0,05 maka *Ho* diterima, sebaliknya jika signifikan > 0,05 *Ho* ditolak. Apabila kedua data berdistribusi normal maka perhitungan dilanjutkan dengan uji-t berpasangan. Namun jika salah satu atau kedua data dinyatakan tidak normal, perhitungan dilanjutkan dengan uji statistik non parametrik.

c. Uji-t Berpasangan

Uji-t berpasangan dilakukan menggunakan uji *paired samples t-test* atau pengujian perbedaan dua rata-rata populasi berhubungan jika data *pre-test* dan *post-test* memenuhi asumsi normalitas. Uji-t berpasangan digunakan untuk desain penelitian pra-eksperimen dengan *one group pretest-posttest design* (Susetyo, 2012, hlm. 208). Tujuan uji-t berpasangan yaitu untuk mengetahui keefektifan penggunaan teknik *self-management* dalam mereduksi perilaku konsumtif remaja, yang ditandai dengan adanya perbedaan signifikan antara skor *pretest* dan *posttest*. Pengujian ini dilakukan dengan program *SPSS 21.0 for windows* menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$.