

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Hal yang dibahas diantaranya lokasi dan sampel penelitian, desain penelitian, metode penelitian, variabel dan definisi operasional, instrumen penelitian, katagorisasi skor, dan teknik pengambilan sampel, tehnik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas skala, prosedur penelitian, dan teknik analisis data.

#### A. Lokasi dan Sampel Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di setiap Fakultas Universitas Pendidikan Indonesia yang terdiri dari FIP, FPIS, FPBS, FPMIPA, FPTK, FPOK, FPEB, FPSD.

##### 2. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian ini merupakan mahasiswi tingkat awal dengan rentang umur 18-21 tahun di Universitas Pendidikan Indonesia. Mahasiswi yang berada pada rentang umur tersebut tergolong ke dalam masa remaja, khususnya remaja akhir (Desmita, 2007). Remaja ada diantara anak dan dewasa. Meskipun masa remaja mulai menuju ke kematangan dan kemasakan, tetapi mereka belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya (Monks, 2001). Pernyataan tersebutlah yang membuat peneliti memutuskan untuk menjadikan mahasiswi dengan rentang umur tersebut menjadi subjek penelitian.

##### 3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswi tingkat awal di Universitas Pendidikan Indonesia. Sampel dari penelitian ini berjumlah 200 orang mahasiswi tingkat awal yang tersebar di delapan fakultas di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Dua ratus orang sampel tersebut mewakili sebagian dari populasi mahasiswi di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih mahasiswi tertentu yang

mempresentasikan hal yang dicari dalam hal ini berkaitan dengan perilaku konsumtif.

## **B. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian korelasional kuantitatif yang berusaha untuk menyelidiki hubungan antara religiusitas dengan perilaku konsumtif mahasiswi di Fakultas Ilmu Pendidikan UPI. Alasan digunakannya desain penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel independen dan dependen, derajat dari hubungan antar variabel, dan bagaimana hubungan antar variabel tersebut (Heppner et all, 2008).

## **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Arikunto, 2010). Metode korelasional dalam penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan antara religiusitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Universitas Pendidikan Indonesia.

## **D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

### **1. Variabel Penelitian**

Dalam Penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu religiusitas sebagai variabel I dan perilaku konsumtif sebagai variabel II.

### **2. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **a. Definisi Operasional Religiusitas**

Religiusitas merupakan rasa keberagaman yang terinternalisasi positif dalam diri seseorang sehingga tercermin dalam pengamalan yang konsisten dan menyeluruh tentang segala hal yang berkaitan dengan ajaran

agama pada setiap aktifitas sehari-hari di setiap sisi kehidupannya. Religiusitas pada penelitian ini akan diukur melalui aspek-aspek religiusitas Islam yang diadopsi dari alat ukur bernama *Comprehensive Measure of Islamic Religiosity* (CMIR) dari Tiliouine dan Belgoumidi (2009), yaitu *religious belief* (keyakinan beragama), *religious practice* (pengalaman beragama), *religious altruism* (altruism agama), *religious enrichment* (memperkaya agama). Alat ukur ini telah dialih bahasa dan digunakan dalam sebuah penelitian mengenai religiusitas dan resiliensi milik Marhamah (2014).

### **b. Definisi Operasional Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli dan menggunakan suatu produk dengan tidak didasari akan pertimbangan kebutuhan, cenderung mengkonsumsi tanpa batas, serta ditandai oleh segala sesuatu yang berlebihan untuk memperoleh kepuasan dan kenyamanan.

Perilaku konsumtif pada penelitian ini diukur melalui indikator-indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestise, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif, serta mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

## **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen memiliki peranan yang sangat penting dalam dalam sebuah penelitian karena kualitas data yang diperoleh akan ditentukan oleh kualitas instrumen itu sendiri. Oleh karena itu, untuk memperoleh kesimpulan yang tidak keliru diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas dari alat ukur yang digunakan dalam penelitian.

Hendriko Pratama, 2015

**HUBUNGAN RELIGIUSITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI TINGKAT AWAL DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA (UPI) BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## 1. Instrumen Penelitian Religiusitas

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur aspek religiusitas adalah berdasarkan instrument *Comprehensive Measure of Islamic Religiosity* (CMIR) milik Tiliouine dan Belgoumidi (2009). Skala terdiri dari empat dimensi yang terdiri dari 34 pernyataan yang seluruh itemnya merupakan item *favorable*. Instrumen disusun dengan menggunakan skala likert guna mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2014), dengan pilihan jawaban yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut tabel bobot skor pilihan jawaban dan kisi-kisi instrument religiusitas.

Tabel 3.1

Bobot Skor Pilihan Jawaban Religiusitas

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.2  
Kisi-Kisi Instrumen Religiusitas

Dimensi	Indikator	Pernyataan	No. Item	Jumlah
<i>Religious Belief</i>	Meyakini dan mempercayai adanya Tuhan	- Saya percaya kepada Allah (F)	1	2
		- Saya merasa keberadaan Allah di sisi saya	20	
	Meyakini dan mempercayai kitab Al-Quran	- Membaca Al-Quran dapat meringankan rasa sedih dan sakit (F)	2	1
	Meyakini dan mempercayai Rasulullah sebagai nabi dan utusanNya serta mencintai para sahabatnya	- Saya menjadikan Rasulullah sebagai panutan hidup (F) - Saya mencintai Rasulullah (F) - Kehidupan sahabat Rasulullah menjadi inspirasi bagi kehidupan saya	3 21 32	3
	Meyakini dan mempercayai adanya surga dan neraka	- Adanya neraka mendorong saya untuk menghindari perbuatan buruk (F) - Pahala surga mendorong saya untuk berbuat baik (F)	4 22	2
	Meyakini dan mempercayai adanya hari pembalasan	- Saya percaya terhadap tanda-tanda kiamat (F) - Saya sering mengingat akan adanya hari pembalasan (F)	5 23	2
	Meyakini dan mempercayai adanya takdir	- Peristiwa-peristiwa dalam hidup menguatkan keyakinan saya terhadap takdir (F)	6	1
	Melaksanakan ibadah sebagai bukti keimanan	- Saya merasa bersalah saat meninggalkan ibadah wajib (seperti shalat dan puasa) (F) - Saya memandang pernikahan sebagai suatu ibadah (F)	7 24	2

Dimensi	Indikator	Pernyataan	No. Item	Jumlah
<i>Religious Practice</i>	Berperilaku, berpenampilan sesuai tuntunan agama (Syar'i)	- Berpakaian sesuai perintah agama (F)	8	1
	Menjalankan ibadah wajib dan membiasakan diri dengan amalah sunah sehari-hari	- Saya biasa melaksanakan shalat tepat waktu (F) - Melaksanakan puasa sunah di samping puasa Ramadhan (F) - Membaca Al-Quran secara rutin setiap minggu (F)	9 25 33	3
	Menjaga diri dari perkataan dan perbuatan maksiat serta hal-hal yang haram	- Saya memikirkan dan menyaring kata-kata yang akan saya ucapkan dengan hati-hati agar tidak keliru (mengucapkan kata-kata yang buruk) (F) - Menghindari menonton film porno walau sedang sendiri (F)	10 26	2
Religious Altruism	Berhati-hati dalam bersumpah atas nama Allah	- Menghindari bersumpah atas nama Allah (F)	11	1
	Berbakti kepada kedua orang tua	- Patuh terhadap orang tua sebagai ketaatan kepada Allah (F)	12	1
	Menjaga silaturahmi dan pergaulan serta menyebarkan salam	- Mengunjungi teman atau kerabat sebagai bentuk ibadah (F) - Mengucapkan salam meskipun kepada orang yang tidak dikenal (F)	13 27	2
	Menjaga diri dari bercampur-baur dari lawan jenis	- Menghindari campur-baur dengan lawan jenis (F)	14	1
	Menghormati tetangga dan saling berbagi terhadap sesama	- Peduli dengan tetangga dan kesejahteraan mereka (F) - Bersedekah sebagai bentuk ibadah (F) - Menolong orang yang mengalami kesulitan karena Allah (F)	15 28 34	3

Dimensi	Indikator	Pernyataan	No. Item	Jumlah
<i>Religious Enrichment</i>	Memperbanyak ibadah serta menjadikan agama sebagai tuntunan hidup	- Membaca/mendengarkan Al-Quran (F)	16	2
		- Membaca ayat-ayat Al-Quran dengan merenungi maknanya (F)	29	
	Menambah wawasan keagamaan	- Membaca atau mendengarkan sejarah Rasulullah (F)	17	2
		- Membaca Hadist Rasulullah (F)	30	
	Mengikat kegiatan keagamaan	- Menonton/mendengar/menghadiri kegiatan keagamaan (F)	18	2
		- Menonton/membaca/mendengarkan kajian keagamaan rutin setiap minggu (F)	31	
	Menghindari diri dari perbuatan sia-sia	- Menghindari mendengarkan musik yang ber lirik buruk (F)	19	1
				34

## 2. Instrumen Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini peneliti mengadaptasi sebuah instrumen pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Hubungan antara religiusitas dengan gaya hidup konsumtif pada *Hijabers Community* kota Bandung” oleh Rengganingrum (2015). Instrumen gaya hidup konsumtif berdasarkan teori mengenai indikator gaya hidup konsumtif milik Sumartono (2002). Skala terdiri dari 8 indikator yang terdiri dari 18 pertanyaan dengan pilihan jawaban Selalu (SL), Sering (SR), Kadang-kadang (KK), dan Tidak Pernah (TP). Berikut tabel bobot skor pilihan jawaban dan kisi-kisi instrumen gaya hidup konsumtif.

Tabel 3.3

## Bobot Skor Pilihan Jawaban Perilaku Konsumtif

Pilihan Jawaban	Bobot	
	Favorable	Unfavorable
Selalu	4	1
Sering	3	2
Kadang-kadang	2	3
Tidak Pernah	1	4

Tabel 3.4

## Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif

Variabel	Indikator	Pernyataan	No.Item	Jumlah
Perilaku Konsumtif	Membeli produk karena iming-iming hadiah	- Saya membeli produk <i>fashion</i> karena ada iming-iming hadiah (F)	1	2
		- Adanya promo buy 2 get 1 membuat saya menjadi lebih semangat ketika membeli produk <i>fashion</i> (F)	9	
Perilaku Konsumtif	Membeli produk karena kemasan yang menarik	- Saya membeli produk <i>fashion</i> karena kemasan yang menarik meskipun fungsinya kurang diperlukan (F) - Saya tidak membeli suatu produk <i>fashion</i> jika kemasannya tidak menarik (UF)	2 10	2



Variabel	Indikator	Pernyataan	No.Item	Jumlah
Perilaku Konsumtif	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	- Saya membeli berbagai jenis produk <i>fashion</i> untuk menunjang penampilan (F)	3	3
		- Saya membeli produk <i>fashion</i> sesuai dengan tren masa kini agar tampil <i>up to date</i> (F)	11	
		- Kosmetik adalah produk yang paling sering saya beli untuk tampil cantik (F)	17	
Perilaku Konsumtif	Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestise	- Saya berbelanja produk <i>fashion</i> dengan harga mahal di butik bergengsi (F)	4	2
		- Saya membeli produk <i>fashion</i> di butik milik desainer ternama (F)	12	
Perilaku Konsumtif	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	- Ketika membeli produk <i>fashion</i> , saya lebih mempertimbangkan merek daripada kegunaan (F)	5	2
		- Saya senang membeli produk <i>fashion</i> bermerek terkenal (F)	13	

Variabel	Indikator	Pernyataan	No.Item	Jumlah
Perilaku Konsumtif	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	- Saya senang membeli produk <i>fashion</i> yang dipromosikan artis terkenal (F)	6	3
		- Saya membeli produk <i>fashion</i> hasil endorse seseorang di media sosial (F)	14	
		- Saya pergi ke tukang jahit pribadi untuk membuat busana muslimah yang saya rancang (UF)	18	
Perilaku Konsumtif	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif	- Percaya diri saya meningkat ketika menggunakan produk <i>fashion</i> yang mahal (F)	7	2
		- Memakai produk <i>fashion</i> dengan merek terkenal membuat diri saya merasa istimewa (F)	15	
Perilaku Konsumtif	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	- Saya senang membeli produk <i>fashion</i> yang sejenis dengan berbagai merek dalam satu waktu (F)	8	2
		- Saya tidak tertarik membeli produk <i>fashion</i> sejenis dengan merek yang berbeda (UF)	16	
				18

### 3. Reliabilitas

Tingkat reliabilitas suatu instrumen menunjukkan berapa kalipun data itu diambil akan tetap sama. Reliabilitas juga menunjukkan adanya tingkat keandalan suatu tes (Setyosari, 2012). Pengujian reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20 dengan teknik koefisien *Alpha Cronbach* yaitu dengan membelah item sebanyak jumlah itemnya. Semakin besar koefisien reliabilitas berarti semakin kecil kesalahan pengukuran maka semakin reliabel alat ukur tersebut. Sebaliknya, semakin kecil koefisien reliabilitas berarti semakin besar kesalahan pengukuran maka semakin tidak reliabel alat ukur tersebut (Sugiyono, 2013).

Rumus koefisien *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut.

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

(Sugiyono, 2014)

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas *alpha*

k = banyaknya belahan tes

$s_j^2$  = varians belahan tes

$s_x^2$  = varians skor total tes

Koefisien reliabilitas dikategorikan berdasarkan kriteria yang dibuat oleh Guilford (Sugiyono, 2014) yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.5  
Koefisien Reliabilitas Guilford

Derajat Realibilitas	Kategori
$0,90 \leq \alpha \leq 1,00$	Sangat Reliabel
$0,70 \leq \alpha \leq 0,90$	Reliabel
$0,40 \leq \alpha \leq 0,70$	Cukup Reliabel
$0,20 \leq \alpha \leq 0,40$	Kurang Reliabel
$\alpha \leq 0,20$	Tidak Reliabel

a). Reliabilitas Instrumen Religiusitas

Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 3.6  
Reliabilitas Instrumen Religiusitas

**Statistik Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	34

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien *Alpha Cronbach* berada pada kategori reliabel.

b). Reliabilitas Instrumen Perilaku Konsumtif

Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 3.7  
Reliabilitas Instrumen Religiusitas

**Statistik Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	14

Hendriko Pratama, 2015

**HUBUNGAN RELIGIUSITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI TINGKAT AWAL DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA (UPI) BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas instrumen perilaku konsumtif berada pada kategori reliabel.

## 2. Validitas Instrumen

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan software SPSS 20. dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Pengujian validitas menggunakan koefisien korelasi Product Moment dari Pearson dengan rumus:

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

Keterangan :

r = Korelasi Pearson Product Moment

x = Skor pertanyaan ke-I (1,2,3,...n)

y = Skor total pertanyaan

n = Jumlah populasi

Semua item kuesioner yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Sedangkan apabila item yang lolos masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, kita dapat mempertimbangkan untuk menurunkan sedikit batas kriteria dari 0,30 menjadi 0,25, sehingga jumlah item yang diinginkan dapat tercapai. Hal yang tidak disarankan adalah jika menurunkan batas kriteria koefisien korelasi di bawah 0,2. (Azwar, 2012).

Setelah dilakukan pengujian dengan bantuan SPSS 20 maka tidak terdapat item yang tidak valid baik instrumen religiusitas maupun instrument perilaku konsumtif

## F. Kategorisasi Skor

Kategorisasi subjek penelitian dilakukan untuk memposisikan individu ke dalam kelompok-kelompok yang berjenjang berdasarkan suatu kontinum dari atribut yang diukur (Azwar, 2012). Kategorisasi ini juga dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik sumber data penelitian.

Pada penelitian ini, data dari variabel religiusitas dan perilaku konsumtif dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Pengelompokkan tersebut diperoleh berdasarkan tabel berikut:

Tabel 3.8

### Rumusan Tiga kategori

Rentang Skor	Kategori
$X > \mu + 1\sigma$	Tinggi
$\mu - 1\sigma \leq X \leq \mu + 1\sigma$	Sedang
$X < \mu - 1\sigma$	Rendah

(Ihsan, 2013)

Keterangan :

X = Skor subjek

$\mu$  = Rerata

$\sigma$  = Deviasi Standar

Rumus kategorisasi skor ini kemudian menjadi norma dalam pengelompokkan skor sampel berdasarkan norma kelompok, baik pada skor variabel religiusitas maupun pada variabel perilaku konsumtif.

Tabel 3.9

### Kategorisasi Skor Religiusitas dan Perilaku Konsumtif

Kategori	Religiusitas	Perilaku Konsumtif
Tinggi	$X > 149,81$	$X > 28,171$
Sedang	$122,999 \leq X \leq 149,481$	$18,569 \leq X \leq 28,171$
Rendah	$X < 122,999$	$X < 18,569$

Hendriko Pratama, 2015

*HUBUNGAN RELIGIUSITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI TINGKAT AWAL DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA (UPI) BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan satu mekanisme data yang efisien bila peneliti mengetahui secara jelas apa yang diisyaratkan dan bagaimana mengukur variabel yang diamati. Satu kuesioner atau angket adalah satu set tulisan tentang pertanyaan yang diformulasi supaya responden mencatat jawabannya (Silalahi, 2012).

## H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara religiusitas dengan perilaku konsumtif. Maka teknik analisis data yang dipakai adalah teknik statistik korelasi. Analisis korelasi adalah studi yang membahas tentang derajat hubungan antara variabel-variabel, sedangkan koefisien korelasi adalah ukuran yang dipakai untuk mengetahui derajat hubungan terutama untuk data kuantitatif (Sudjana, 2005).

Untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel-variabel tersebut digunakan uji korelasi *spearman rank*. Teknik uji ini digunakan karena seluruh data yang digunakan dalam variabel ini merupakan data ordinal, sehingga menggunakan teknik korelasi non-parametrik. Hasil dari koefisien korelasi yang didapat dapat diinterpretasikan melalui tabel berikut.

Tabel 3.10  
Koefisien Korelasi Guilford

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat Rendah
0.200 – 0.399	Rendah
0.400 – 0.599	Sedang
0.600 – 0.799	Kuat
0.800 – 1.000	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2014)

Besarnya koefisien korelasi adalah  $-1 \leq r \leq 1$  :

- a. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.
- b. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interpretasi dari nilai koefisien korelasi :

- a. Kalau  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
- b. Kalau  $r = +1$  atau mendekati  $+1$ , maka hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.