

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan deskriptif agar mendapatkan hasil yang dapat dijelaskan secara rinci dan jelas mengenai Pengaruh *Reference Group* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia. Menurut Creswell (2016. Hlm. 46) penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian Pendidikan yang berkaitan dengan mengolah data yang menggunakan statistika dengan menghasilkan data dari objek penelitian yaitu dari mahasiswa asal Sumatra di Universitas Pendidikan Indonesia

Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*. Sugiono (2009) menjelaskan bahwa metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat ilmiah dengan menyebarkan kuisioner, tes atau wawancara. Penelitian ini mempermudah peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dipaparkan pada penelitian ini. Menurut Bungin (2013) “Bahwa metode survei memungkinkan kita untuk mengadakan penelitian dengan mengambil populasi yang amat besar” karena populasi peneliti menggunakan sampel yang dapat meringankan penelitian. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan selama pelaksanaan survei adalah 1) Merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan; 2) Menentukan konsep dan hipotesa serta menggali kepustakaan; 3) Pengambilan sampel; 4) Pembuatan kuisioner; 5) Pekerjaan lapangan; 6) Pengolahan data; 7) Analisis dan pelaporan data.

##### a. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian terlebih dahulu perlu dilakukan sebelum melakukan penelitian dan analisis data. Mengidentifikasi variabel penelitian dapat membantu menentukan alat pengumpulan data dan teknik penelitian yang digunakan. Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

##### 1. Variabel Bebas: *Reference Group*

Menurut Anggraeny, W.P (2017) *Reference group* adalah seorang individu atau sekelompok yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. *Reference Group* memberikan suatu nilai dan norma dalam

mengambil suatu keputusan baik itu dalam membeli suatu produk atau mengambil suatu keputusan dalam hal lain. Menurut Sumarwan (2011), terdapat tiga indikator dari kelompok referensi, diantaranya:

- a. Memberikan pengaruh pada Normatif, pengaruh dari kelompok referensi terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang berlaku.
- b. Memberikan pengaruh pada Nilai, kelompok referensi akan mempengaruhi seseorang melalui fungsi.
- c. Memberikan pengaruh pada Informasi, kelompok referensi dapat mempengaruhi seseorang dalam berbelanja karena berdasarkan dari informasi.

## 2. Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif

Menurut Mawo, T., & Thomas, P. (2017) Perilaku konsumtif adalah kegiatan membeli barang tanpa pertimbangan yang rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok tetapi atas dasar keinginan. Secara operasional indikator perilaku konsumtif adalah:

- 1) Aktivitas
- 2) Minat
- 3) Opini

### **3.2 Lokasi dan Subjek Populasi/Sampel Penelitian**

#### **3.2.1 Lokasi dan Subjek Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia dan subjek penelitian ini adalah mahasiswa asal Sumatera yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Pendidikan Indonesia. Alasan peneliti memilih Universitas Pendidikan Indonesia tersebut sebagai subyek penelitian karena berbagai aspek sebagai berikut:

- a) Universitas Pendidikan Indonesia merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang berada di Kota Bandung dan menjadi Perguruan Tinggi Negeri pilihan dari masyarakat di berbagai provinsi di Indonesia salah

satunya dari Pulau Sumatera. Oleh karena itu, banyak mahasiswa rantau untuk melanjutkan pendidikannya ke Universitas Pendidikan Indonesia.

- b) Universitas Pendidikan Indonesia yang berada di Kota Bandung ini dekat dengan berbagai macam tempat, seperti banyaknya tempat makan, *mall*, tempat liburan atau tempat hiburan lainnya.

### 3.2.2 Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009, hlm. 80). Dari penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang menjadi subjek peneliti diantaranya:

1. Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Mahasiswa angkatan 2016, 2017, 2018 dan 2019.
3. Mahasiswa yang berasal dari Pulau Sumatera.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Populasi Penelitian**

No	Asal Daerah	Jumlah Mahasiswa
1	Naggroe Aceh Darussalam	105
2	Sumatra Utara	225
3	Riau	85
4	Sumatra Barat	340
5	Kepulauan Riau	80
6	Jambi	55
7	Bengkulu	80
8	Sumatra Selatan	165
9	Lampung	230
10	Kepulauan Bangka Belitung	65

Total	1.430
-------	-------

Sumber: Data dari tiap Paguyuban Mahasiswa Daerah, diolah oleh peneliti 2021

### 3.2.3 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi yang dipilih (Silalahi, 2009, hlm. 254). Pemilihan sampel dilakukan untuk mempermudah penelitian yang memiliki jumlah populasi yang sangat besar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan desain pengambilan sampel model acak secara sederhana (*simple random sampling*).

Pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* karena pada penelitian ini sampel dipilih secara acak dan juga setiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan berapa banyak sampel pada penelitian ini dilakukan perhitungan dengan rumus di bawah ini:

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

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi

berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{1.430}{1 + 1.430 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{1.430}{1 + 1.430 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1.430}{1 + 12,65}$$

$$n = \frac{1.430}{15.3}$$

$$n = \frac{1.430}{15.3}$$

$$n = 98,9$$

Dari hasil perhitungan di atas dapat diperoleh bahwa jumlah besaran dari sampel penelitian ini adalah 100 orang mahasiswa asal Sumatera yang berkuliah di Universitas Pendidikan Indonesia.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh *reference group* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatra Universitas Pendidikan Indonesia ini maka penelitian harus didukung dengan instrumen penelitian, hal ini bertujuan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan peneliti harapkan. Maka dari itu instrumen yang peneliti gunakan ialah angket atau kuesioner.

Angket atau kuesioner yang digunakan oleh peneliti merupakan pernyataan yang disertai dengan pilihan ganda yang berisi alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden. Pola angket yang peneliti gunakan ialah skala likert dengan empat alternatif jawaban. Hal ini bertujuan agar menghindari jawaban yang samar seperti ragu-ragu. Angket ini diisi oleh responden agar data yang didapat tidak subjektif melainkan akurat.

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor
Sering	4
Kadang-kadang	3
Pernah	2
Tidak Pernah	1

Sumber: Riduwan dan Sunarto (2010, hlm. 20)

Angket atau kuesioner juga bertujuan agar penelitian berlangsung efektif dan efisien karena dilihat dari jumlah sampel yang akan menjadi responden cukup banyak dan sulit untuk dijangkau karena lokasi responden yang berjauhan.

### 3.4 Definisi Operasional

#### 3.4.1 *Reference Group*

*Reference grup* atau kelompok acuan merupakan seorang individu tau kelompok yang secara langsung dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Kotler dan Keller (2009:170) menjelaskan bahwa *reference group* adalah dimana seseorang memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap

perilaku atau sikap seseorang. *Reference group* ini memberikan norma dan nilai yang dapat menjadikan penentu seseorang dalam berpikir atau berperilaku. Reference group memiliki pengaruh kepada seseorang dalam memutuskan suatu hal serta kepada seseorang dalam evaluasi, aspirasi bahkan perilaku yang dilakukan kepada orang lain yang dianggap sebagai pedoman hidup seseorang.

### 3.4.2 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologi di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengikuti perilaku mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan serta tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan (Aprilia & Hartono, 2014).

Menurut Sumartono (2002) bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu Tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan jenis yang sama dari merk lainnya, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Untuk memudahkan menyusun pernyataan penelitian dalam bentuk angket atau kuesioner, maka peneliti membuat kisi-kisi instrument sebagai acuan dalam penelitian. Berikut ini kisi-kisi instrumen penelitian:

**Tabel 3.3**

**Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel X (*Reference Group*)**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	Item
<i>Reference Group</i>	Menurut Anggraeny, W.P (2017) <i>Reference group</i> adalah seorang individu atau sekelompok orang	1. Pengaruh Informasi	1. Membeli produk saran dan rekomendasi teman 2. Membeli produk karena penilaian produk tersebut baik.	1,2,3,4,5,6,7,8,9,
		2. Pengaruh Ekspresi Nilai	1. Membeli produk agar di nilai sukses.	10,11,12,13,14,15,16,

Widyaningsih, 2021

PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

	yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.		2. Membeli produk mewah sebagai bentuk keberhasilan	
		3. Pengaruh Norma	1. Membeli produk dan jasa sebagai simbol dari norma sosial 2. Penerimaan sosial sebagai motivasi kuat.	17,18,19, 20, 21, 22, 23,24,25

Sumber: Disusun oleh peneliti (2021)

**Tabel 3.4**

**Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Y (Perilaku Konsumtif)**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	Item
Perilaku Konsumtif	Menurut Mawo, T., & Thomas, P. (2017) Perilaku konsumtif adalah kegiatan membeli barang tanpa pertimbangan yang rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok.	1. Aktivitas	1. Frekuensi pembelian sering atau tidaknya. 2. Motif pembelian.	26,27,28,29,30,31,32,33,34
		2. Minat	1. Pembelian sesuai kualitas produk. 2. Pembelian sesuai ketertarikan.	36,37,38,39,40,41,42
		3. Opini	1. Mengikuti trend 2. Menjadi pusat perhatian 3. Mengikuti lingkungan pertemanan	43,44,45,46,47,48,49,50

Sumber: Disusun oleh peneliti (2021)

Widyaningsih, 2021

PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

### 3.5 Proses Pengembangan Instrumen

#### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk melihat apakah tes tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas ini memiliki peran penting sama halnya dengan uji reliabilitas. Menurut (Riduwan, 2012:97) mengatakan bahwa instrument dikatakan valid artinya menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid dan instrument itu dapat digunakan untuk mengukur. Berikut hasil uji validitas variabel *Reference Group* (Variabel X).

**Tabel 3.5**  
**Rekapitulasi Besar Nilai r (Validitas) Intrumen *Reference Group* (Variabel X)**

No	$r_{Tabel}$	$r_{Hitung}$	Keterangan
1.	0,361	0,415	Valid
2.	0,361	0,526	Valid
3.	0,361	0,414	Valid
4.	0,361	0,576	Valid
5.	0,361	0,282	Tidak Valid
6.	0,361	0,691	Valid
7.	0,361	0,330	Tidak Valid
8.	0,361	0,577	Valid
9.	0,361	0,546	Valid
10.	0,361	0,124	Tidak Valid
11.	0,361	0,608	Valid
12.	0,361	0,538	Valid
13.	0,361	0,478	Valid
14.	0,361	0,693	Valid
15.	0,361	0,619	Valid
16.	0,361	0,596	Valid

Widyaningsih, 2021

PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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



17.	0,361	0,460	Valid
18.	0,361	0,190	Tidak Valid
19.	0,361	0,531	Valid
20.	0,361	0,282	Tidak Valid
21.	0,361	0,112	Tidak Valid
22.	0,361	0,517	Valid
23.	0,361	0,553	Valid
24.	0,361	0,392	Valid
25.	0,361	0,403	Valid

Sumber: diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan dari hasil hitung di atas, maka untuk instrumen variabel X yaitu *Reference Group* diketahui bahwa terdapat 19 item yang dinyatakan valid dan 6 item dinyatakan tidak valid. Item yang telah dinyatakan valid maka dapat digunakan untuk instrumen penelitian yang sah, sedangkan untuk item yang tidak valid maka akan dihapus. Lalu perhitungan yang sama dilakukan pada perhitungan untuk uji validitas variabel perilaku konsumtif (variabel Y). Berikut hasil dari uji validitas variabel perilaku konsumtif:

**Tabel 3.6**  
**Rekapitulasi Besar Nilai r (Validitas) Intrumen Perilaku Konsumtif (Variabel Y)**

No	rTabel	rHitung	Keterangan
1.	0,361	0,084	Tidak Valid
2.	0,361	0,264	Tidak Valid
3.	0,361	0,239	Tidak Valid
4.	0,361	0,141	Tidak Valid
5.	0,361	0,713	Valid
6.	0,361	0,648	Valid

7.	0,361	0,539	Valid
8.	0,361	0,301	Tidak Valid
9.	0,361	0,439	Valid
10.	0,361	0,018	Tidak Valid
11.	0,361	0,106	Tidak Valid
12.	0,361	0,753	Valid
13.	0,361	0,767	Valid
14.	0,361	0,626	Valid
15.	0,361	0,364	Valid
16.	0,361	0,634	Valid
17.	0,361	0,397	Valid
18.	0,361	0,543	Valid
19.	0,361	0,795	Valid
20.	0,361	0,564	Valid
21.	0,361	0,775	Valid
22.	0,361	0,724	Valid
23.	0,361	0,671	Valid

*Sumber: diolah oleh peneliti (2021)*

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari uji validitas variabel Y yaitu perilaku konsumtif menunjukkan bahwa terdapat 16 item yang dinyatakan valid dan terdapat 7 item yang dinyatakan tidak valid. Item yang valid akan digunakan untuk instrumen penelitian pada penelitian ini.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sukardi, 2012:127) Reliabilitas sama dengan konsistensi atau keajegan. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika instrumen tersebut memiliki hasil yang konsisten dalam mengukur yang akan diukur. Semakin reliabel suatu tes memiliki persyaratan maka semakin yakin kita dapat menyatakan bahwa hasil dari tes tersebut mempunyai hasil yang sama ketika dilakukan kembali. Berikut hasil perhitungan dari uji reliabilitas pada variabel *Reference Group*:

Widyaningsih, 2021

PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

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

**Tabel 3.7**  
**Rekapitulasi Uji Reliabilitas Variabel *Reference Group***

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	19

*Sumber: diolah oleh peneliti (2021)*

Hasil dari perhitungan uji reliabilitas variabel X mendapatkan jumlah alpha nya adalah 0,868. Data ini disebut dengan reliabilitas tinggi karena jumlah alphanya diantara 0,70-0,90. Selanjutnya untuk hasil perhitungan dari uji reliabilitas pada variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.8**  
**Rekapitulasi Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif**

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	16

*Sumber: diolah oleh peneliti (2021)*

Untuk hasil perhitungan uji reliabilitas variabel Y jumlah alpha nya adalah 0,906 dan data ini dapat disebutkan sebagai reliabilitas tinggi karena jumlah alphanya berada diantara 0,70-0,90. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X dan variabel Y memiliki angka reliabilitas tinggi.

Berikut tabel dari dua variabel mengenai uji reliabilitas yaitu:

**Tabel 3.9**  
**Rekapitulasi Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y**

No	Variabel	Hasil r hitung	Hasil r table	Keterangan
1	<i>Reference Group (X)</i>	0,868	0,361	Reliabel
2	Perilaku Konsumtif (Y)	0,906	0,361	Reliabel

*Sumber: diolah oleh peneliti (2021)*

### 3.5.3 Uji Normalitas

Menurut Riduwan (2012, hlm.132) mengatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu penyebaran data. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas yaitu Chi-Kuadrat ( $\chi^2$ ).

### 3.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Dalam penelitian ini akan mengukur pengaruh *reference group* dengan perilaku konsumtif.

## 3.6 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dapat dibuktikan dengan data-data yang terkumpul. Hipotesis dirumuskan dengan singkat dan jelas, menyatakan dua hubungan variable atau lebih serta didukung oleh teori-teori para ahli dan penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti adapun rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$ , *Reference Group* tidak berpengaruh perubahan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatra di Universitas Pendidikan Indonesia.

$H_a : \rho \neq 0$ , *Reference Group* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatra di Universitas Pendidikan Indonesia.

Pada uji hipotesis ini dilakukan dengan tiga uji, yaitu uji koefisien determinasi, uji statistik t dan uji statistik F.

### 3.6.1 Uji T

Uji T melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana signifikansi peran secara parsial antara variabel independent dengan variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independent dianggap konstan. Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan r tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Bila terjadi penerimaan  $H_0$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan, sedangkan bila  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Pada penelitian ini melihat apakah terdapat pengaruh

*reference group* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia atau tidak memiliki pengaruh *reference group* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia.

### **3.6.2 Uji F**

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independent yang terdapat di dalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh *reference group* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia.

### **3.6.3 Koefisien Determinasi**

Riduwan (2010:228) menyatakan bahwa koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi yang dikalikan dengan 100%. Hal dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel X memiliki pengaruh atau ikut menentukan variabel Y.