

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas : *Trait Mindfulness*
2. Variabel Tergantung : *Compulsive Buying*

B. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Sugiyono (2020) adalah proses menentukan karakteristik atau atribut dari individu maupun organisasi yang dapat diamati atau diukur, di mana karakteristik tersebut memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan.

1. *Compulsive Buying*

Compulsive buying adalah perilaku berbelanja yang dilakukan oleh mahasiswa secara berlebihan dan dilakukan berulang untuk mengurangi perasaan negatif dari stres atau kecemasan yang muncul. *Compulsive buying* diukur menggunakan skala *compulsive buying* oleh Elizabeth A. Edwards yang telah disusun oleh (Winiardani & Oktaviana, 2023) dan dimodifikasi sesuai kebutuhan peneliti.

2. *Trait Mindfulness*

Trait mindfulness merupakan sifat keadaan penuh perhatian dan sadar yang dimiliki mahasiswa terhadap suatu keadaan yang terjadi saat ini tanpa menghakimi pengalaman masa lalu sehingga mahasiswa dapat *mindfull* menjalani kegiatan sehari-harinya dan perasaan negatif yang ditimbulkan karena kecemasan atau stres tidak menimbulkan perilaku non-adaptif. *Trait*

mindfulness diukur menggunakan skala *Mindfulness* yang disusun oleh peneliti sesuai dengan teori dan aspek yang dikemukakan Brown dan Ryan (2003).

C. Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 aktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel berdasarkan adanya pertimbangan (Sugiyono, 2022). Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan adanya kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa S1 aktif berusia 18-25 tahun di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Berjenis kelamin perempuan dan laki-laki
3. Mahasiswa yang pernah berbelanja di TikTok *shop*.

D. Metode Pengumpulan Data

Jenis metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan perolehan data dari skala psikologi yang telah disebar oleh peneliti melalui *Google Form* pada subjek yang memiliki kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Dua instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi yang meliputi skala *compulsive buying* dan skala *trait mindfulness*. Skala pengukuran yang digunakan yaitu menggunakan skala likert dengan lima kemungkinan jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

Tabel 3. 1 Skala Likert

Kategori Jawaban	Favourable	Unfavourable
Sangat Sesuai (SS)	5	1
Sesuai (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

1. Skala *compulsive buying*

Skala *compulsive buying* pada penelitian ini menggunakan skala *compulsive buying* yang dimodifikasi dari penelitian Winiardani & Oktaviana (2023). Aitem-aitem akan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti mengacu pada indikator yang sudah ada. Sebelum dilakukan uji coba, skala *compulsive buying* akan diuji validitasnya menggunakan Aiken's V

Tabel 3. 2 Blue Print *compulsive buying* sebelum modifikasi

No	Aspek	Indikator	No Aitem		
			F	UF	Jumlah
1.	<i>Tendency to spend</i>	Berbelanja barang secara berlebihan dan menghabiskan uang	1,2,3,4,5,6,7,8	-	8
2.	<i>Drive to spend</i>	Memiliki dorongan dan tergoda untuk berbelanja	9,10,11,12	-	4
		Adanya perilaku impulsive dalam berbelanja	13,14,15	-	3
3.	<i>Feeling (joy) about shopping and spending</i>	Menikmati aktivitas berbelanja dan menghabiskan waktu untuk berbelanja	19	16,17,18	4

4.	<i>Dysfunctional spending</i>	Pengaruh lingkungan sekitar untuk berbelanja	20,21,22, 23	-	4
5.	<i>Post-purchase guilt</i>	Perasaan menyesal setelah berbelanja	24,25	-	2
					25

Tabel 3. 3 Blue Print compulsive buying sesudah modifikasi

No	Aspek	Indikator	No Aitem			Bobot
			F	UF	Jumlah	
1.	<i>Tendency to spend</i>	Keadaan dimana individu berbelanja barang secara berlebihan	2,3	1,4	4	20%
		Keadaan dimana individu cenderung mengeluarkan uang	5,6	7,8	4	
2.	<i>Drive to spend</i>	Keadaan dimana individu terdorong untuk terus berbelanja	9,11	10,12	4	20%
		Keadaan individu untuk terus melakukan pembelian ketika sedang merasakan emosi negatif	13,14	15,16	4	
3.	<i>Feeling (joy) about shopping and spending</i>	Adanya perasaan bahagia saat mengeluarkan uang untuk membeli barang	17,18	19,20	4	20%
		Keadaan individu menikmati aktivitas berbelanja	21,23,24	22	4	
4.	<i>Dysfunctional spending</i>	Pengeluaran uang yang tidak sesuai	25,27,28	26	4	20%

		Keadaan dimana individu membeli barang yang tidak dibutuhkan	29,30	31,32	4	
5.	<i>Post-purchase guilt</i>	Adanya perasaan menyesal setelah berbelanja	34	33,35,36	4	
		Keadaan dimana individu merasa bersalah setelah berbelanja	37,38,40	39	4	20%
					40	100%

2. Skala *trait mindfulness*

Skala *trait mindfulness* akan dirancang berdasarkan teori dan aspek yang dikemukakan Brown dan Ryan (2003) oleh peneliti. Skala ini memiliki dua aspek yaitu kesadaran terpelihara dan adanya atensi. Aitem-aitem dalam skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek *trait mindfulness*. Peneliti akan melakukan uji validitas isi menggunakan Aiken's V sebelum dilakukan uji coba

Tabel 3. 4 Blue Print *trait mindfulness*

No	Aspek	Indikator	No Aitem			Bobot
			F	UF	Jumlah	
1.	Kesadaran terpelihara (<i>awareness</i>)	Sadar dengan kegiatan yang sedang dilakukan	1,2,5	3,4	5	50%
		Menyadari keadaan fisik	6,9,10	7,8	5	
		Menyadari keadaan emosional	11,12,15	13,14	5	
		Sadar dengan kondisi sekitar	16,19	17,18,20	5	
2.		Memberi perhatian penuh pada	22,24	21,23,25	5	50%

Adanya atensi (<i>attention</i>)	aktivitas yang sedang dilakukan				
	Fokus pada peristiwa yang terjadi saat ini	26,29	27,28,30	5	
	Mampu mempertahankan focus	31,33,34,35	32	5	
	Kecenderungan untuk tidak melakukan sesuatu secara otomatis (<i>automatic pilot</i>)	36,38,40	37,39	5	
				40	100%

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dilakukan terhadap suatu populasi atau sampel tertentu dengan cara mengumpulkan data melalui instrumen penelitian dengan metode analisis yang bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2022). Pendekatan korelasional digunakan dalam penelitian ini dengan menghubungkan antara variabel *trait mindfulness* (X) dan variabel *compulsive buying* (Y).

Uji asumsi yang mencakup uji normalitas dan uji linearitas dilakukan. Untuk menentukan jenis uji hipotesis yang sesuai, yaitu antara uji hipotesis parametrik atau non-parametrik. Jika data memenuhi kriteria dalam uji asumsi, maka analisis dapat dilanjutkan menggunakan uji parametrik, dalam hal ini dengan uji korelasi menggunakan *Pearson Product Moment*. Uji korelasi *Pearson Product Moment* digunakan untuk menganalisis hubungan serta menguji

hipotesis antara dua variabel yang memiliki skala data interval atau rasio, di mana kedua variabel berasal dari kelompok data yang sama (Sugiyono, 2018). Sehingga variabel *trait mindfulness* (X) dan variabel *compulsive buying* (Y) dapat diketahui hubungan keduanya. Dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 25.0 for windows. Berikut tahapan untuk melakukan analisis data yaitu:

1. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai perbedaan dalam penelitian tersebut memiliki distribusi normal atau tidak normal (Machali, 2021). Uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui distribusi data pada masing-masing variabel. Selanjutnya, akan dihitung dengan bantuan SPSS *for Windows* 25. Dijelaskan lebih lanjut dalam Machali (2021) bahwa perolehan hasil nilai *probability sig 2 tailed* $\geq 0,05$, maka distribusi data normal dan nilai *probability sig 2 tailed* $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi pola hubungan antar variabel dalam suatu penelitian, tujuan dari pengujian ini untuk menilai hubungan antara dua variabel yang dianalisis bersifat linear dan memiliki signifikansi (Machali, 2021). Uji linearitas menggunakan aplikasi SPSS *test for linearity*

dengan kriteria perolehan nilai F hitung $< F$ tabel atau nilai probabilitas lebih kecil dari nilai Sig ($0,05 < \text{Sig}$) maka variabel tersebut dikatakan memiliki hubungan yang linier (Sahir, 2021).

2. Uji Hipotesis

Uji korelasi *pearson product moment* digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Uji statistik parametris menurut Sugiyono (2022) perlu untuk memenuhi banyak asumsi yaitu data terdistribusi normal dan data linier. Setelah kedua variabel yaitu *trait mindfulness* (X) dan *compulsive buying* (Y) dilakukan uji asumsi dan dipastikan data terdistribusi normal kemudian dilanjutkan melakukan uji korelasi *pearson product moment*. Menurut sugiyono (2022) pada saat kedua variabel adalah data rasio maka uji hipotesis menggunakan korelasi *pearson product moment*. Jika data tidak terdistribusi normal menggunakan uji statistik non parametris. Statistik non parametris data tidak harus berdistribusi normal (Sugiyono, 2022).

F. Kredibilitas

1. Validitas

Validitas menurut Azwar (2021) merupakan keakurasian suatu tes atau skala yang menunjukkan seberapa tepat dan akurat dalam fungsi pengukurannya. Penelitian ini menggunakan uji validitas isi Aiken's V yaitu untuk menilai apakah setiap butir aitem sesuai dengan indikator perilaku yang merepresentasikan penerjemahan dari karakteristik yang diukur (Azwar, 2021). Penilaian dilakukan oleh ahli dengan cara memberikan

angka antar 1 (sangat tidak mewakili atau sangat tidak relevan) dan 5 (sangat mewakili atau sangat relevan).

Formula perhitungan Aiken's V dirumuskan sebagai berikut:

$$V = \frac{\sum s}{[n(c - 1)]}$$

$s = r - l_0$

l_0 = Angka penilaian validitas yang terendah

c = Angka penilaian validitas yang tertinggi

r = Angka yang diberikan oleh penilai

2. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Azwar (2021) memiliki beberapa istilah seperti konsistensi, kestabilan, keterpercayaan, keajegan sehingga arti reliabilitas merupakan sejauhmana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Penelitian ini menggunakan penilaian uji reliabilitas yang dilihat dari hasil analisis menggunakan *Cronbach Alpha* dengan rentang nilai 0,00 hingga 1,00. Menurut Azwar (2021) nilai reliabilitas setiap tes dituntut untuk memiliki nilai koefisien reliabilitas setinggi mungkin mencapai 0,900.

G. Rancangan Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian korelasional dengan jenis metode penelitian kuantitatif non-eksperimental. Korelasional merupakan salah satu teknik analisis data yang bersifat kuantitatif, dua variabel dikatakan memiliki hubungan apabila perubahan satu variabel diikuti oleh variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama maka disebut

korelasi positif. Sedangkan, jika perubahan tersebut terjadi secara berlawanan maka disebut dengan korelasi negatif (Hasbi, Damayanti, Hermina, & Mizani, 2023).

2. Prosedur Penelitian

a) Tahap Persiapan

Peneliti melakukan identifikasi permasalahan yang terjadi di lapangan kemudian dikaji keputusannya. Selanjutnya menentukan subjek sesuai dengan kriteria penelitian, kemudian menentukan dan mempersiapkan instrumen penelitian yang akan digunakan, serta menyiapkan perizinan untuk melakukan penelitian. Peneliti melakukan asesmen awal dengan wawancara dan observasi di lapangan terkait dengan perilaku *compulsive buying*.

b) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, penelitian melakukan uji coba instrumen penelitian pada sejumlah mahasiswa guna menguji validitas dan reliabilitas skala yang digunakan. Kemudian, peneliti memasukan data pertanyaan pada *Google form* untuk memudahkan penyebaran kuisisioner pada subjek penelitian. Pada tahap ini juga subjek penelitian akan mengisi *informed consent* yang telah disediakan oleh peneliti pada tampilan *Google form* awal sebelum memberikan skor pada setiap pernyataan peneliti.

c) Tahap Pengolahan Data

Peneliti akan melakukan pengolahan data secara statistik dengan menggunakan bantuan SPSS 25.0. Selanjutnya, peneliti akan menganalisa hasil dan menyusun pembahasan sesuai dengan hasil analisa data yang diperoleh dalam bentuk deskripsi.

d) Tahap Evaluasi

Tahapan ini dilakukan dengan melakukan pengolahan data hasil penelitian dan penyusunan bagian secara terstruktur. Peneliti akan memberikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.