

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Variabel terikat (Y) adalah impulsive buying*
2. Variabel bebas (X) adalah konformitas teman sebaya

B. Definisi Operasional

1. *Impulsive Buying*

Impulsive buying memiliki makna perilaku membeli yang dilakukan secara spontan, segera dan tidak direncanakan sebelumnya, maupun pertimbangan yang matang. Dorongan kuat untuk segera melakukan pembelian sering kali mengabaikan proses evaluative, yang pada akhirnya dapat menimbulkan perasaan menyesal setelahnya. Keadaan tersebut dapat terjadi ketika berbelanja langsung maupun *online*. Variabel *Impulsive buying* penelitian ini dinilai dengan mengaplikasikan teori, aspek dan skala milik (Herabadi dkk., 2009), terdiri atas dua aspek yaitu aspek kognitif dan afektif.

2. Konformitas teman sebaya

Konformitas itu sendiri merupakan bentuk penyesuaian diri teman sebaya dengan lingkungan atau kelompoknya. Tujuannya adalah supaya dapat diterima dan dianggap bagian yang sama oleh anggota kelompok

yang ada di dalamnya. Konformitas teman sebaya memiliki arti mengikuti orang lain berdasarkan kelompoknya. Variabel konformitas teman sebaya menggunakan skala milik Irfatin dan Abdurrohim (2021) yang mengacu pada teori milik (Sears dkk., 1985), dengan tiga aspek yaitu, kekompakan, kesepakatan, ketaatan.

C. Subjek Penelitian

Populasi penelitian ini mencakup remaja tanpa membedakan gender, serta tinggal atau berdomisili di Yogyakarta. Berdasarkan populasi yang ada, digunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan jumlah subjek yang akan diteliti. Teknik *Purposive sampling* berdasar pemaparan Sugiyono (2013) adalah penentuan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus atau pertimbangan tertentu untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti sebagai tanggapan terhadap persyaratan penelitian.

Karakteristik subjek dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Berjenis kelamin laki-laki dan Perempuan
- 2) Remaja dengan rentang usia 13-18 tahun
- 3) Minimal 1x seminggu melakukan belanja *online*. Mulai dari barang atau produk hingga pembelian makanan melalui aplikasi *online*, contoh: *shopee food*, *go food* dan lain sebagainya.
- 4) Bertempat tinggal di Yogyakarta.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan skala kuesioner. Sugiyono (2013) menyampaikan bahwa kuesioner merujuk pada model pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran instrumen tertulis, terdapat pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Skala *impulsive buying* yang disusun oleh Herabadi dkk. (2009) berdasarkan teori dan aspek *impulsive buying* yang dikemukakan oleh Herabadi dkk. (2009) yaitu mengenai aspek afektif dan kognitif akan digunakan pada penelitian ini. Variabel konformitas teman sebaya pada penelitian ini dinyatakan melalui skala konformitas teman sebaya oleh Irfatin dan Abdurrohman (2021) yang diformulasikan melalui aspek-aspek konformitas teman sebaya yaitu ketaatan, kekompakan, kesepakatan, yang dikemukakan oleh (Sears dkk, 1985). Peneliti akan melakukan modifikasi pada kedua skala tersebut yaitu pada bunyi aitemnya. Dilakukan modifikasi karena untuk disesuaikan dengan karakteristik subjek yang akan diteliti.

Peneliti juga menggunakan bantuan *google form* untuk menyebarkan daftar pernyataan. Penelitian ini menggunakan *skala likert* sebagai alat pengukuran. Sugiyono (2013), memaparkan bahwasanya *skala likert* ini berguna untuk menilai sikap seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial, baik dalam hal suka dan tidak suka, pandangan positif maupun negative, dan setuju dan tidak setuju. Terdapat lima kemungkinan jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS)

dan Sangat Tidak Sesuai (STS) dan dengan menggunakan pernyataan *favorable* dan *unfavorable*.

Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Kuesioner

Kriteria Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
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 *Impulsive Buying*

Penelitian ini merujuk pada skala *impulsive buying* yang dimodifikasi dari skala yang disusun dan dikembangkan oleh Herabadi dkk. (2009).

Skala ini terdiri dari 2 aspek yang terbagi menjadi 20 aitem.

Tabel 3.2 *Blueprint* Skala *Impulsive Buying*

No	Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
1.	Kognitif	3, 9, 10	1,2, 4, 5, 6, 7, 8,	10
2.	Afektif	11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20	14	10
Total		12	8	20

2. Skala Konformitas Teman Sebaya

Peneliti akan memodifikasi alat ukur konformitas teman sebaya yang disusun oleh Irfatin dan Abdurrohman (2021) yang mengacu pada aspek-aspek konformitas yang dikemukakan oleh Sears dkk. (1985), terdiri dari 3 aspek yang terbagi menjadi 22 aitem.

Tabel 3.3 *Blueprint* Skala Konformitas Teman Sebaya

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Kekompakan	1, 2, 3, 4, 5	6, 7	7
2	Kesepakatan	9, 10, 11, 12, 14	8, 13	7
3	Ketaatan	17, 19, 20, 21, 22	15, 16, 18	8
Total		15	7	22

E. Metode Analisis Data

Analisis temuan penelitian yang didapatkan lewat jawaban kuesioner digunakan untuk mengelola data yang terkumpul. Peneliti menggunakan bantuan *Statistical Package for Science (SPSS) 27.0 for windows* karena penelitian dilakukan secara kuantitatif sehingga untuk menganalisis data menggunakan analisis statistik. Peneliti menggunakan metode analisis data yaitu analisis *korelasi product moment* untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel yang diteliti, yaitu variabel konformitas teman sebaya (x) dan *impulsive buying* (y). Tahapan dari analisis data pada penelitian ini meliputi:

1. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan untuk menguji korelasi antar variabel, peneliti melakukan uji asumsi yakni:

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak dengan bantuan SPSS 27 menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Menurut Sugiyono (2013) data dikatakan

terdistribusi normal bila nilai signifikansi ($p > 0,05$) dan apabila nilai signifikansi ($p < 0,05$) maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Untuk melihat apakah konformitas teman sebaya menunjukkan hubungan linier dengan *impulsive buying* pada remaja. Uji linieritas dilakukan dengan bantuan SPSS 27.0 *for windows* jika nilai *test of linearity* ($p < 0,05$) maka hubungan dua variabel tersebut linier (Sugiyono, 2013).

2. Uji Hipotesis

Peneliti akan melakukan uji hipotesis statistik parametrik dengan teknik korelasi *pearson product moment*. Menurut Sugiyono (2013) korelasi *pearson product moment* adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel kuantitatif.

F. Kredibilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) uji validitas diartikan sebuah pengujian untuk mengukur tingkat kesesuaian alat ukur yang digunakan agar dapat terlihat alat ukur tersebut dapat mengukur yang seharusnya diukur atau tidak. Diperlukan ketika menentukan valid atau tidaknya suatu tes sebagai alat ukur, sehingga uji validitas merupakan komponen penting. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji validitas isi aitem.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2013) adalah proses pengukuran dapat dipercaya atau tidaknya suatu skala atau kuesioner. Uji reliabilitas hanya aitem yang valid yang dapat diuji dengan bantuan SPSS 27. Uji *Cronbach alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas masing-masing alat ukur dalam penelitian. Koefisien yang dapat diterima minimal 0,7 dan nilai 0,9 hingga mendekati 1,00 dianggap memiliki reliabilitas yang sangat baik.

G. Rancangan Penelitian

1. Desain Penelitian

Menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan korelasional untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono (2013), pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, diterapkan pada populasi tertentu, pengambilan data dilakukan dengan bantuan instrument penelitian. Data yang didapat, dianalisis secara kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis awal.

2. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan suatu proses pengumpulan data melalui beberapa tahapan, sehingga didapatkan hasil yang sesuai harapan. Tahapan dalam penelitian ini antara lain :

1) Tahap Awal

Proses ini dimulai dari peneliti menentukan topik yang akan diteliti, kemudian mengajukan ide atau konsultasi mengenai variabel yang akan diteliti pada dosen seminar psikologi. Kemudian, jika variabel yang akan diteliti telah disetujui maka peneliti melakukan pencarian literatur kajian teoritis mengenai aspek serta faktor terkait variabel penelitian dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal. Selanjutnya dikumpulkan sebagai data awal dari literatur teoritis untuk menyusun latar belakang penelitian.

2) Tahap Pelaksanaan

Peneliti akan melakukan penyebaran skala dan kuesioner serta memberikannya kepada responden sesuai dengan kriteria penelitian yang sudah ditentukan dan telah di uji validitas dan reliabilitasnya.

3) Tahap Pengolahan Data

Hasil yang sudah didapatkan peneliti akan memakai SPSS 27 untuk menganalisis dan mengelola data penelitian, dengan demikian dapat disimpulkan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.

4) Tahap Terakhir

Tahap pelaporan hasil penelitian, dimana hasil dan data penelitian akan disusun dalam bentuk laporan penelitian.