

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

a. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mendapatkan kekuatan dari data karena adanya variabel bebas.¹ Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah pembelian impulsif (Y).

Indikator pada variabel dependen (pembelian impulsif) yaitu:

- 1) Kognitif (*cognitive*)
- 2) Afektif (*affective*)

b. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memberikan perubahan pada variabel terikat.² Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah *Body image* (X).

Indikator pada variabel independen yaitu:

- 1) evaluasi penampilan,
- 2) orientasi pada penampilan,
- 3) kepuasan terhadap bagian bentuk tubuh,
- 4) kecemasan menjadi gemuk
- 5) pengkategorian ukuran bentuk tubuh

c. Hubungan Variabel Bebas dengan Variabel Terikat

¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2014.

² Ibid. 2014.

Perilaku konsumtif yang didasarkan pada tindakan seorang individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, bukan prioritas atau kebutuhannya, tanpa mempertimbangkan yang rasional hal yang positif atau bersifat negatif, karena dorongan untuk memuaskan hasrat kesenangan semata. Individu dengan *body image* yang negatif dapat meningkatkan perilaku konsumtif, sedangkan individu dengan *body image* yang positif dapat meminimalisir perilaku konsumtif pada individu tersebut.

d. Definisi Operasional

1. Pembelian impulsif (Y)

Pembelian impulsif atau pembelian tidak direncanakan merupakan sebuah pembelian yang tidak rasional dan terjadi secara spontanitas karena muncul atas dorongan yang kuat untuk membeli segera pada saat itu juga dan adanya perasaan positif yang kuat mengenai suatu benda, sehingga pembelian tersebut berdasarkan pada keinginan yang kuat pada diri individu tanpa memperhatikan pemikirannya yang bersifat negatif.

Indikator pada variabel independen yaitu:

- a) Kognitif (*cognitive*)
- b) Afektif (*affective*)

2. *Body image* (X)

Body image merupakan sebuah gambaran, pikiran, ide persepsi dan sikap seseorang terhadap citra tubuh atau bentuk tubuh yang diarahkan atau mengarah pada penampilan fisik seseorang, yang disertai dengan sebuah penilaian dan keyakinan yang bersifat positif maupun negatif terhadap penampilannya diharapkan orang lain dan bagi dirinya sendiri.

Indikator pada variabel bebas yaitu:

- a) evaluasi penampilan,

- b) orientasi pada penampilan,
- c) kepuasan terhadap bagian bentuk tubuh,
- d) kecemasan menjadi gemuk
- e) pengkategorian ukuran bentuk tubuh

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang diperoleh oleh masing-masing mengenai tanggapan pada responden tentang *body image* dan pembelian impulsif. Jenis penelitian “Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada”.³

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.⁴ analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner berupa data dalam bentuk angka-angka. Data yang diperoleh tersebut kemudian diklasifikasikan dalam sebuah kategori tertentu dan kemudian di analisis menggunakan program analisis data SPSS untuk memudahkan perhitungan dengan versi *SPSS for Windows versi 21.0*.

³ Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012.

⁴ Ibid. 2012.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wanita usia dewasa awal yang bekerja sebagai *freelancer* di Kota Kediri sebanyak 100 responden.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵ Dengan mempertimbangkan dana, waktu, tenaga dan ketelitian dalam menganalisis datanya, maka penelitian ini menggunakan sampel menurut teori dengan rumus⁶. Sampel dalam penelitian ini yaitu wanita usia dewasa awal yang bekerja sebagai *freelance* di Kota Kediri sebanyak 100 responden, karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{[Z_{\alpha/2}]^2}{E}$$

$$n = \frac{[1,96]}{0,20}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan

n = ukuran sampel

Z_{α/2} = nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95%

E = tingkat kepercayaan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya eror maksimal secara 20%

⁵ Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

⁶ Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah yang dalam penelitian sebanyak 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 agar penelitian lebih fit.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Dikatakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana sampel dipilih dengan pertimbangan tertentu.⁷ Kriteria sampel atau responden yang dipilih adalah wanita yang bekerja sebagai *freelancer* pada dewasa awal ± 18 tahun – ± 40 tahun.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh dengan cara melalui sumber langsung dari sumbernya, melalui kuesioner dan wawancara secara langsung.

- a. Kuesioner: Kegiatan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan responden mengenai *body image* dan pembelian impulsif melalui daftar pertanyaan secara angket online.

Dengan prosedur:

- 1) Membagikan kuesioner.
- 2) Kuesioner disebarkan kepada 100 responden sesuai kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu *freelancer* pada wanita usia dewasa awal ± 18 tahun – ± 40 tahun.
- 3) Sampel atau responden untuk mengisi kuesioner secara online yang telah dikirimkan pada goggle form.

⁷ Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung Alfabeta.

4) Kemudian lembar kuesioner dikirimkan kembali, di seleksi, dan diolah kemudian dianalisis

b. Wawancara: Kegiatan tanya jawab yang dilakukan terhadap beberapa wanita yang bekerja freelance sesuai dengan menggunakan protokol kesehatan, berdasarkan tujuan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung berdasarkan sumber lain antara lain: dari penelitian sebelumnya, studi pustaka, dan media elektronik (internet).

E. Instrumen Penelitian

1. Pengembangan Instrumen

Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner dalam bentuk google formulir tentang tanggapan atau pandangannya tentang *body image* dan pembelian impulsif. Pengumpulan data menggunakan pertanyaan yang bersifat terbuka yang diberikan kepada responden secara online. Adapun data yang diambil antara lain: identitas pada responden. Dalam angket yang dibuat menggunakan jenis skala likert 1-4 menggunakan pertanyaan berskala (*scaling questions*). Jenis skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun jawabannya disetiap instrumen memiliki rentang skor sebagai berikut:⁸

Tabel 3.1 skala likert

Alternatif jawaban	Skoring
--------------------	---------

⁸ Sugiyono. Metode *Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Sangat setuju/sangat sesuai (SS)	4
Setuju/sesuai (S)	3
Tidak setuju/ tidak sesuai (TS)	2
Sangat tidak setuju/ sangat tidak sesuai (STS)	1

Tabel 3.2
Instrument Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Teknik Penggunaan Data	Nomer item instrument
1	Pembelian impulsif	a. kognitif (<i>cognitive</i>) b. afektif (<i>affective</i>)	Ordinal	Kuisisioner online	1-50
2	<i>Body image</i>	a. evaluasi penampilan, b. orientasi penampilan, c. kepuasan terhadap bagian tubuhnya, d. kecemasan menjadi gemuk e. pengkategorian ukuran tubuh	Ordinal	Kuisisioner online	1-70

Tabel 3.3
Blueprint Pembelian Impulsif

No.	Aspek	Indikator Perilaku	F (+)	UF (-)
Aspek Kognitif				
1.	Kegiatan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan suatu produk	Tidak memikirkan dan mempertimbangkan kegunaan barang	1, 2, 3	4, 5
2.	Kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan harga suatu produk	Tidak melakukan perencanaan sebelum membeli barang	6, 7, 8	9, 10
3.	Individu tidak melakukan perbandingan produk	Tidak melakukan perbandingan antara produk yang diinginkan dengan produk lain	11, 12	13, 14, 15

Aspek Afektif				
1.	Spontanitas	Membeli suatu barang secara spontan dan merespon stimulus yang ada	16, 17, 18	19, 20
		Respon langsung terhadap stimulasi visual di tempat penjualan	21, 22	23, 24, 25
2.	Kekuatan, kompulsi dan intensitas	Termotivasi untuk mengesampingkan yang lain dan bertindak seketika	26, 27	28, 29, 30
		Timbul dorongan dalam diri yang kuat untuk berbelanja dengan segera	31, 32, 33	34, 35
3.	Kegairahan dan stimulasi	Terdesak secara mendadak yang disertai emosi	36, 37, 38, 39	40
		Timbul dorongan untuk berbelanja karena melihat kondisi barang tertentu	41, 42	43, 44, 45
4.	Ketidakpedulian akan akibat	Mengabaikan akibat dari pembelian yang dilakukan serta sulit menolak untuk tidak membeli	46, 47	48, 49, 50
Jumlah		Jumlah item	25	25
		Total item keseluruhan	50	

Tabel 3.4
Blueprint Body Image

No.	Aspek	Indikator Perilaku	F (+)	UF (-)
1.	Evaluasi penampilan	Evaluasi terhadap penampilan diri sendiri	1, 2, 3	4, 5
2.	Orientasi penampilan	- Perhatian individu dalam menjaga penampilan	6, 7, 8	9, 10
		- Usaha dalam memperbaiki penampilan	11, 12, 13	14, 15
3.		- Kepuasan terhadap rambut	16, 17	18, 19, 20

	Kepuasan terhadap bagian tubuh tertentu	- Kepuasan terhadap wajah	21, 22, 23	24, 25
		- Kepuasan terhadap tubuh bagian atas	26, 27	28, 29, 30
		- Kepuasan terhadap tubuh bagian tengah	31, 32, 33	34, 35
		- Kepuasan terhadap tubuh bagian bawah	36, 37	38, 39, 40
		- Kepuasan terhadap keseluruhan penampilan	41, 42, 43	44, 45
4.	Kekhawatiran akan berat badan berlebihan	- Kecemasan terhadap kegemukan	46, 47, 48	49, 50
		- Kewaspadaan individu terhadap berat badan	51, 52	53, 54, 55
		- Kecenderungan melakukan diet	56, 57	58, 59, 60
5.	Pengkategorian berat tubuh	- Klasifikasi berat badan	61, 62	63, 64, 65
		- Persepsi terhadap berat badan	66, 67	68, 69, 70
		Jumlah item	35	35
		Total item keseluruhan	70	

b. Validasi Instrumen

1) Uji Validitas

Valid artinya dapat terbukti kebenarannya dari hasil kuesioner yang digunakan⁹

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana:

r = Koefisiensi korelasi

x = variabel bebas

y = variabel terikat

⁹ Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012.

n = sampel

Hasil uji valid dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya hasil uji tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Reliabel adalah dapat dipercaya atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Adapun rumus yang digunakan dalam uji reliabilitas menggunakan *cronbach alfa* pada program SPSS. Hasil uji dikatakan reliabel apabila memiliki nilai berada di atas 0.60 dan sebaliknya apabila angka kurang dari 0.60 dikatakan tidak reliabel atau kurang handal.

F. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana *body image* dan pembelian impulsif. Maka dapat diketahui jawaban responden dalam menentukan rentang skala dengan rumus:¹⁰

$$Rs = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana:

Rs = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Rs = \frac{100(4-1)}{4} = 75$$

¹⁰ Husein, Umar. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2011.

Dari perhitungan di atas, maka diketahui rentang skalanya adalah 75. Dengan demikian skala setiap penilaian kinerja adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Penilaian *body image* dan pembelian impulsif

Rentang Skala	<i>Body image</i>	Pembelian impulsif
0 – 75	Sangat Rendah	Sangat Rendah
76 – 150	Rendah	Rendah
151 – 226	Tinggi	Sedang
227 – 301	Sangat Tinggi	Tinggi

2. Korelasi *Product Moment*

Analisis penelitian ini menggunakan metode *Product Moment Pearson*, yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dalam penelitian, yaitu variabel bebas dan variabel tergantungan dengan asumsi bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio¹¹. Metode *Product Moment Pearson* dapat digunakan apabila uji normalitas telah terpenuhi. Namun, jika uji normalitas tidak terpenuhi maka uji hipotesis dapat dilakukan dengan teknik *Spearman Rho*¹².

Koefisien yang dihasilkan bernilai -1 hingga +1, yang menunjukkan hubungan tersebut positif atau negatif. Jika nilai sig. atau $p < 0.05$, maka hipotesis nol ditolak atau yang berarti ada hubungan yang signifikan antar dua variabel. Sebaliknya, jika nilai sig. atau $p > 0.05$, maka hipotesis nol diterima atau yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antar dua variabel¹³.

¹¹ Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* Bandung: Alfabeta.

¹² Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

¹³ Pantiyasa, I Wayan. 2011. *Metodologi Penelitian* Denpasar.

