

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numerikal* yang diolah dengan metode analisis statistika (Azwar, 2017). Selanjutnya, rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *korelasional*. Menurut Azwar (2017) penelitian korelasi adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain. Jadi, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyelidiki sejauh mana variasi variabel terikat dengan variabel bebas yang menekankan analisis data-data *numerikal* (angka) yang diolah menggunakan statistika.

3.2 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2017). Dilihat dari kedudukannya variabel dibagi menjadi dua yaitu variabel bebas/*independent* (X) dan variabel terikat/tergantung/ *dependent* (Y).

Variabel terikat/tergantung (*dependent*) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel lain. Sedangkan variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang variasinya mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada

variabel lain (Azwar, 2017). Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel bebas : *Harga Diri* (X)
- b. Variabel terikat : *Optimisme* (Y)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel-variabel penelitian yang selanjutnya dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik atau ciri-ciri dari variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2017). Adapun definisi operasional penelitian ini sebagai berikut :

3.3.1 Harga Diri

Harga Diri adalah penilaian secara keseluruhan terhadap diri mengenai keberhargaan diri dan kepercayaan terhadap kemampuan diri yang berdasar pada keyakinan dari individu itu sendiri. Kaitan dengan penelitian ini ialah bahwa semakin tinggi skor yang didapat maka semakin tinggi pengaruh harga diri terhadap mahasiswa pada mahasiswa Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini menggunakan skala harga diri yang disusun sendiri oleh penulis dengan mengacu pada teori aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith (Ghufron, 2016), yakni : Kekuatan, Keberartian, Kebajikan dan Kompetensi.

3.3.2 Optimisme

Optimisme adalah Meyakini adanya kehidupan yang lebih baik atau pengharapan baik dan cara berfikir positif dan realistis individu dalam menghadapi kehidupan untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam kehidupannya. Kaitan dengan penelitian ini ialah Perilaku optimisme terdapat pada mahasiswa Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini

menggunakan skala optimisme yang disusun sendiri oleh penulis dengan mengacu pada teori aspek-aspek optimisme menurut Seligman (Arif, 2016), yakni : *Permanent, Pervasif, dan Personalization*.

3.4 Populasi Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Menurut Azwar (2017) populasi adalah kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Selanjutnya, Azwar (2017) mengungkapkan bahwa sebagai suatu populasi, kelompok subjek harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang sama (Azwar, 2017). Berdasarkan definisi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa sebanyak 420 orang di jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari subjek populasi, dengan kata lain sampel adalah bagian dari populasi. Setiap bagian dari populasi merupakan sampel, terlepas dari apakah bagian itu mewakili karakteristik populasi secara lengkap atau tidak (Azwar, 2017)

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan tabel pengambilan sampel yang dikembangkan oleh Issac dan Micheal. Pada taraf kesalahan 5% didapatkan 191 subjek dari populasi 420 orang Mahasiswa Manajemen di Universitas Muhammadiyah Palembang angkatan 2017. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Random Sampling*. *Random Sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa

memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017) Adapun karakteristik sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang angkatan 2017
2. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan
3. Bersedia menjadi responden

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti (Azwar, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan metode yang berbentuk skala. Skala adalah perangkat pertanyaan yang disusun untuk mengungkapkan atribut tertentu melalui repons terhadap suatu pertanyaan (Azwar, 2017).

Penelitian ini menggunakan dua skala psikologi, yaitu skala harga diri dan skala optimisme. Model skala yang digunakan untuk melakukan penilaian skor pada setiap aitem skala psikologi dalam penelitian ini berupa Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2017).

3.5.1 Skala Harga Diri

Skala *Harga diri* diukur menggunakan jenis skala *Likert* untuk objek sikap berupa pertanyaan. Penyusunan skala tersebut berdasarkan aspek-aspek religiusitas. Skala

ini memiliki 5 alternatif jawaban terdiri dari sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Skala terdiri dari 72 aitem yang disajikan dalam bentuk kalimat *favorable* dan *unfavorable*. Pada aitem *favorable* nilai 4 diberikan untuk jawaban SS, 4 untuk jawaban S, 3 untuk jawaban TS, 2 dan 1 untuk jawaban STS. Untuk aitem *unfavorable* nilai nya kebalikan dari aitem *favorable*. Adapun rincian penilaian skoring dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 1.
Skor Nilai Skala Harga Diri

Kalimat Pertanyaan	SS	S	TS	STS
<i>Favorable</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4

Berikut adalah *blueprint* skala *harga diri* yang mengacu pada pendapat Coopersmith (Ghufron, 2016) dengan aspek: Kekuatan, Keberartian, Kebajikan dan Kompetensi. Adapun *blueprint* skala harga diri dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 2.
Blueprint Skala Harga Diri

No.	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
			F	UF	
1	Kekuatan	Mampu mengatur dan mengontrol tingkah laku	1, 20, 45, 63	18, 36, 50, 64	8
		Memiliki pendapat yang diterima oleh orang lain	2, 19, 44, 62	17, 35, 49, 65	8
2	Keberartian	Memiliki	3, 21,	16,	8

		pandangan positif terhadap diri sendiri	43, 61	34, 48, 66	
		Menerima kepedulian dari orang lain	4, 22, 42, 60	15, 28, 47, 67	8
		Aktif di sekitar lingkungan	5, 23, 41, 59	14, 29, 46, 68	8
3	Kebajikan	Mentaati etika dan norma yang berlaku di masyarakat	6, 24, 40, 55	13, 30, 51, 69	8
		Melaksanakan tugas sebagai hamba tuhan YME	7, 25, 39, 56	12, 31, 52, 70	8
4	Kemampuan	Kemampuan individu dalam mengerjakan tugas	8, 26, 38, 57	11, 32, 53, 72	8
		Menghargai keberhasilan yang diraih	9, 27, 37, 58	10, 33, 54, 71	8
Total			36	36	72

3.5.2 Skala *Optimisme*

Skala *Optimisme* diukur menggunakan jenis skala *Likert* untuk objek sikap berupa pertanyaan. Penyusunan skala tersebut berdasarkan aspek-aspek *Optimisme*. Skala ini memiliki 4 alternatif jawaban terdiri dari sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Skala terdiri dari 60 aitem yang jawaban SS, 4 untuk

jawaban S, 3 untuk jawaban TS dan 1 untuk disajikan dalam bentuk kalimat *favorable* dan *unfavorable*. Pada aitem *favorable* nilai 1 diberikan untuk jawaban STS. Aitem *unfavorable* nilai nya kebalikan dari aitem *favorable*. Adapun rincian penilaian skoring dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 3.
Skor Nilai Skala Optimisme

Kalimat Pertanyaan	SS	S	TS	STS
<i>Favorable</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4

Berikut adalah *blueprint* skala *Optimisme* yang mengacu pada pendapat Seligman (Arif, 2016) dengan aspek: individu yang memiliki sifat optimisme terlihat ada aspek Permanent, Pervasif, dan Pesonalization. Adapun *blueprint* skala *optimisme* dapat dilihat pada tabel berikut.

Table 4.
Blueprint Skala Optimisme

No.	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
			F	UF	
1	Permanent	Mempertahankan semangat belajar	1, 13, 25, 37, 49	12, 24, 36, 48, 55	10
		Meyakini bahwa masalah pasti berlalu	2, 14, 26, 38, 50	11, 23, 35, 47, 56	10
2	Pervasif	Tidak menyerah ketika gagal	3, 15, 27, 39, 51	10, 22, 34,	10

				46, 57	
		Memiliki rencana atau tindakan yang akan dilakukan	4, 16, 28, 40, 52	9, 21, 33, 45, 58	10
3	Personalization	Selalu berpikir positif	5, 17, 29, 41, 53	8, 20, 32, 44, 59	10
		Mampu melihat darimana masalah tersebut muncul	6, 18, 30, 42, 54	7, 19, 31, 43, 60	10
Total			30	30	60

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Validitas berasal dari kata *validity*, yaitu sejauh mana alat ukur mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur serta ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi alat ukurnya (Azwar, 2015). Menurut Azwar (2015) pengujian validitas berguna untuk mengetahui apakah skala tersebut mampu menunjukkan hasil data yang akurat sesuai dengan tujuan ukur.

Pengukuran validitas pada penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) teknik validitas dengan menghitung bagian total (*Corrected Item Total Correlation*). Uji validitas *Corrected Item Total Correlation* digunakan untuk menentukan mana item yang valid dan mana item yang gugur (tidak valid), dengan menggunakan batas skor koefisien $\geq 0,30$. Sebagaimana menurut Azwar (2012) yang menyatakan bahwa kriteria penentuan item skala itu valid, jika nilai

koefisien $> 0,30$. Jika nilai koefisien kurang dari $0,30$, maka item skala tersebut dinyatakan gugur (tidak valid).

3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas sebenarnya mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2015).

Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan koefisien reabilitas (r_{xx}) berada dalam rentang angka 0 sampai dengan 0.09, lebih tinggi lebih baik atau semakin mendekati 1,00 berarti dapat diyakini bahwa eror pengukuran yang terjadi adalah sangat kecil (semakin reliabel) (Azwar, 2017).

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu dengan teknik *Pearson's Product Moment* karena penelitian ini untuk mengetahui derajat keeratan hubungan 2 variabel yang berskala interval atau rasio. Metode analisis data terbagi menjadi dua bagian yaitu uji asumsi (prasyarat) dan uji hipotesis.

3.7.1 Uji Asumsi (Prasyarat)

Uji asumsi (pra-syarat) adalah rangkaian pengujian analisis dalam penelitian kuantitatif. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas yang merupakan syarat sebelum melakukan uji hipotesis.

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan uji hipotesis. Teknik yang digunakan dalam uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test* dengan bantuan program *SPSS (Statistic Packages For Social Science)* versi 20,0. Hasil penelitian berdistribusi normal atau tidak jika nilai $p > 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal, namun sebaliknya jika nilai $p < 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal (Sugiyono, 2017)

3.7.1.2 Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji analisis statistic untuk pembuktian uji hipotesis. Uji ini biasanya digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian *Statistical Programme for Social Science (SPSS)* dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

3.7.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan, arah, dan besarnya koefisien korelasi antara iklan media sosial dengan perilaku konsumtif. Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis *Pearson's product moment*. Hasil uji hipotesis akan menunjukkan diterima atau

tidaknya hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Adapun semua analisis dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistic Packages for Social Science*) versi 23.