

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN IPHONE PADA SISWA  
SMA HARAPAN 1 MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area  
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana*

Oleh :

**SYAFRIANI  
NPM : 12.860.0314**



**Fakultas Psikologi  
Universitas Medan Area  
2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN IPHONE  
PADA SISWA SMA HARAPAN 1 MEDAN

NAMA MAHASISWA : SYAFRIANI

NPM : 12.860.0314

BAGIAN : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI

MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

( Nini Sriwahyuni, S.Psi, M.Pd, M.Psi)

Pembimbing II

(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

MENGETAHUI

Kepala Bagian

(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

Dekan

(Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd)

Tanggal Sidang Meja Hijau

15 Juni 2017

**HALAMAN PENGESAHAN**

DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI  
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA  
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN  
DARI SARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
DERAJAT SARJANA (S1) PSIKOLOGI

Pada Tanggal

15 Juni 2017

MENGESAHKAN  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA

Dekan

(Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd)

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd
2. Nini Sriwahyuni, S.Psi, M.Pd, M.Psi
3. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi
4. Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini merupakan hasil karya sendiri sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Medan, 15 Juni 2017

Peneliti



  
Syafriani  
12.860.0314

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF  
DALAM PEMBELIAN IPHONE PADA SISWA  
SMA HARAPAN 1 MEDAN**

**Oleh:**

**Syafriani  
128600314**

**FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Iphone Pada Siswa SMA Harapan 1 Medan. Dengan asumsi semakin negatif konsep diri siswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin positif konsep diri siswa maka semakin rendah perilaku konsumtif. Subjek pada penelitian ini adalah siswa kelas XI SMA Harapan 1 Medan yang berjumlah 57 siswa dengan menggunakan teknik *total sampling*. Alat ukur yang digunakan yaitu skala *Likert* pada konsep diri terdiri dari 37 aitem dan 33 aitem pada perilaku konsumtif. Hasil analisis menunjukkan koefisien reliabilitas konsep diri 0.937 dan perilaku konsumtif 0.893. Analisis data menggunakan korelasi *Product Moment* dengan nilai koefisien  $r_{xy} = -0,533$  dengan  $p = 0,000$  berarti  $p = <0,050$ . Koefisien determinan  $R^2 = 0,284$  menunjukkan konsep diri memberikan sumbangsi sebesar 28,4% terhadap perilaku konsumtif. Secara umum hasil penelitian ini menyatakan bahwa konsep diri tergolong positif dengan nilai rata – rata empirik yang diperoleh yaitu 110,58 sedangkan perilaku konsumtif tergolong rendah dengan nilai rata – rata empirik yang diperoleh 67,04. Berdasarkan analisis data, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, yaitu ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, artinya semakin positif konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif.

**Kata kunci** : Konsep Diri (X), Perilaku Konsumtif (Y)

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF  
DALAM PEMBELIAN IPHONE PADA SISWA  
SMA HARAPAN 1 MEDAN**

**by:**

**Syafriani  
128600314**

**FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**Abstract**

This study aims to determine the relationship of Self Concept With Consumer Behavior In Purchasing Iphone In Students SMA Harapan 1 Medan. Assuming the more negative self-concept of the students the higher the behavior of Conversely, the more positive the self-concept of students the more consumptive behavior. Subjects in this study were students of class XI high school 1 Medan. Technique Total Hope which numbered 57 students with a concept draft consisting of sampling. The measuring instrument used is Likert analysis showing aitem 33 aitem on consumptive behavior Result 0.893. Self concept self reliability coefficient 0.937 and consumptive behavior  $r=0,533$  daua using Product Moment correlation with coefficient value with  $p < 0,000$  means  $p < 0.050$ . Kocfisica self concept deticaminan give 28,4% concept of consumptive behavior In general this research states that pertained empirik average empirik average of consumptive behavior is low with value rata Based on data analysis, proposed obtained in this is accepted, that there is a negative relation Between self-concept and consumer behavior, meaning the more positive self-concept, the lower the consumptive behavior.

Keyword: Self Concept(X), Consumer Behavior (Y)

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesahatan, daya pikir, kemudahan dan kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Iphone Pada Siswa SMA Harapan 1 Medan”.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, serta bimbingan dari para dosen. Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya Bapak/Ibu:

1. Drs. H. M. Erwin Siregar, MBA selaku Ketua Yayasan Haji Agus Salim.
2. Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Nini Sri Wahyuni, S.Psi M.Psi selaku dosen pembimbing I dan Bapak Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dengan penuh kesabaran serta telah banyak membagikan ilmu, memberikan arahan, masukan dan

perhatian serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd selaku ketua sidang dan Ibu Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi selaku sekretaris sidang saya, terimakasih telah bersedia meluangkan waktunya untuk hadir dalam persidangan peneliti.
6. Dosen-dosen pengajar di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, terima kasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti. Dan seluruh staff administrasi (tata usaha) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah membantu peneliti dalam mengurus seluruh administrasi.
7. Drs. Anwar selaku kepala sekolah SMA Harapan 1 Medan yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan pengambilan data. Dan seluruh Staff yang telah membantu peneliti dalam melakukan pengambilan data dan mengadakan penelitian di SMA Harapan 1 Medan.
8. Siswa-siswi SMA Harapan 1 Medan terimakasih banyak karena telah bersedia meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner guna pengambilan data dalam penelitian ini.
9. Ibunda tercinta Asih, S.Ag yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya, serta tidak pernah lelah untuk selalu mendoakan dan selalu memberikan semangat, tidak pernah merasa bosan mendengar keluh kesah dan selalu memberikan dukungan dan pengorbanan yang begitu besar untuk peneliti, dan menjadi salah satu motivasi dan kelancaran untuk segala urusan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Kakakku dan Adikku tersayang Kartini dan Muhammad Arif Asriza.  
Terima kasih banyak atas doa, semangat dan dukungan yang telah kalian berikan untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman terkasih Anggi, Nova, Khairinnisa, Elda, Kiki, Atikah, Nurhayati terima kasih yang selalu membantu, memberikan informasi, mengingatkan peneliti dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Abangda Imam Suhefri yang tidak pernah bosan mendengar keluh kesah peneliti dan selalu memberikan motivasi, semangat, dukungan serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh keluarga besar teman - teman mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area khususnya stambuk 2012 kelas D yang selalu memberikan informasi penting kepada peneliti.
14. Adelia Fadillah, terima kasih selalu memberikan semangat, dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan kepada semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini, dan tidak bisa disebutkan secara satu persatu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan memberikan kebahagiaan dunia akhirat. Amin

Medan, 15 Juni 2017  
Peneliti

Syafriani  
128600314

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	11

1. Manfaat Teoritis .....	11
2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. SISWA.....	12
1. Pengertian Siswa.....	12
2. Kebutuhan Siswa .....	14
B. IPHONE.....	14
1. Perkembangan Iphone .....	14
2. Keunggulan Iphone.....	16
C. Perilaku Konsumtif.....	19
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif ...	21
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	26
4. Indikator-indikator Perilaku Konsumtif .....	29
D. Konsep Diri .....	31
1. Pengertian Konsep Diri .....	31
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri.....	34
3. Aspek-Aspek Konsep Diri.....	40
4. Karakteristik Konsep Diri.....	43
5. Jenis-jenis Konsep Diri.....	45
E. Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif .....	47
F. Kerangka Konseptual .....	48
G. Hipotesis .....	49
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	50
B. Defenisi Operasional Penelitian .....	51
C. Subjek Penelitian .....	52

D. Metode Pengambilan Data .....	52
E. Validitas dan Reliabilitas .....	54
1. Validitas .....	54
2. Reliabilitas .....	55
F. Metode Analisis Data .....	56
<b>BAB. IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
A. Orientasi Kancah Penelitian .....	57
B. Persiapan Penelitian .....	58
1. Persiapan Administrasi .....	58
2. Persiapan Alat Ukur .....	59
C. Pelaksanaan Penelitian .....	62
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	66
1. Uji Asumsi .....	66
2. Hasil Perhitungan Analisis Data .....	68
E. Pembahasan .....	71
<b>BAB. V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
A. Simpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Konsep	
Diri Sebelum Uji Coba .....	60
Tabel 2. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Konsep	
Diri Sebelum Uji Coba.....	62
Tabel 3. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Perilaku Konsumtif	
Diri Setelah Uji Coba .....	64
Tabel 4. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Perilaku Konsumtif	
Setelah Uji Coba .....	65
Tabel 5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran .....	67
Tabel 6. Rangkuman Hasil Uji Linieritas Sebaran .....	68
Tabel 7. Rangkuman Perhitungan Analisis r Product Moment .....	69
Tabel 8. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Empirik .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

A. Data Penelitian.....	79
B. Skala Konsep Diri Degan Perilaku Konsumtif .....	83
C. Analisis Validitas Dan Reliabilitas Skala Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif .....	89
D. Uji Normalitas Sebaran.....	93
E. Uji Linearitas.....	94
F. Uji Korelasi.....	97
G. Surat Keterangan Pengambilan Data .....	98



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sekarang ini sangat pesat. Banyak teknologi canggih yang telah diciptakan salah satunya yaitu *smartphone*. Kemajuan teknologi ini membuat perubahan yang begitu besar dalam kehidupan manusia di berbagai bidang dan membuat kehidupan manusia hampir tidak bisa dilepaskan dari teknologi seperti *smartphone*. Dengan munculnya berbagai *smartphone* yang dilengkapi berbagai fitur menarik dan semakin canggih ini membuat perilaku konsumtif remaja semakin meningkat dalam membeli produk-produk baru tersebut baik untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun sebagai gaya hidup (*life style*) yang pada dasarnya mereka masih memiliki *smartphone* yang masih layak digunakan. *Smartphone* bukanlah sebuah benda yang asing lagi sejak tahun 2013. Bahkan *smartphone* mulai dianggap sebagai suatu kebutuhan, baik untuk bersosialisasi ataupun bekerja. Berbagai variasi merek *smartphone* dengan kualitas dan harga yang berbeda pula membuat masyarakat memiliki semakin banyak pilihan untuk melakukan pembelian *smartphone*. Saat ini pemakaian *smartphone* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya khususnya *smartphone* ([repopcity.widyatama.ac.id](http://repopcity.widyatama.ac.id)).

Perkembangan ini juga mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, khususnya dalam perilaku membeli (konsumtif). Akibat dari perilaku konsumtif ini akan membentuk suatu gaya hidup bagi masyarakat. Gaya hidup disini lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupannya dan bagaimana

memanfaatkan waktunya (Suryani, 2008). Selain itu Purwanta (dalam Rezeki 2011) mengatakan istilah konsumtif adalah perilaku yang boros di dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Lebih luas lagi, perilaku konsumtif merupakan perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta meniadakan skala prioritas. Orang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan pengharapan yang melekat pada barang tersebut.

Produk iPhone yang merupakan produk rancangan dari perusahaan *Apple inc* ini cukup banyak menyita pandangan masyarakat. iPhone menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS Apple yang dikenal dengan nama iPhone OS sampai pertengahan 2010. Sesaat setelah peluncuran iPad, iPhone pertama diluncurkan pada tanggal 29 Juni 2007. iPhone memiliki konektivitas Wi-fi dan seluler (2G, 3G, dan 4G), hal ini menyebabkan *smartphone (iPhone Apple)* disukai di kalangan remaja. Walaupun produk yang satu ini tidak begitu mudah digunakan untuk kalangan menengah kebawah namun, *smartphone* ini sudah ramai dipasaran. Dilihat dari aplikasi dan fiturnya iPhone lebih banyak ditujukan kepada konsumen kalangan menengah keatas, hal ini terlihat dari berbagai fitur dan aplikasi berbayar pada iPhone sehingga tidak begitu mudah digunakan bagi konsumen kelas menengah kebawah. Siswa SMA merupakan salah satu kelompok remaja yang sangat merespon kemunculan *smartphone (iPhone Apple)* yang menunjang kebutuhan akan tugas, komunikasi, akses internet, hiburan, gaya hidup dan sebagainya ([repcity.widyatama.ac.id](http://repcity.widyatama.ac.id)).

Dilansir dalam detik.com iPhone masuk dalam kategori ponsel mahal. Namun ia selalu diburu dan generasi barunya selalu laku keras. Apa sebabnya? Selain kekuatan merek dan ekosistem, ada lagi alasan lain. "Apple terus menambahkan sesuatu untuk menjaga orang agar tetap memakai iPhone, seperti iCloud, Apple musik, aplikasi kesehatan dan berbagai aplikasi lain yang tidak ada dalam smartphone berbasis android. Saya bahkan melihat pengguna iPhone yang memakai Android ingin kembali." kata Ben Wood, analis di CSS Insight.

Selain itu, www.jagoangadget.com mengungkap banyak alasan mengapa orang lebih memilih iPhone dari pada gadget *smartphone* lainnya. Mulai dari gaya, kebutuhan dan alasan lainnya, yaitu: meningkatkan strata sosial, model dan desain lebih elegan dan modern, UI (User Interface) yang simpel sehingga membuat penggunaanya mudah untuk mengoperasikan iPhone, sistem operasi iOS dapat melakukan pembaruan sistem yang terbaru, performa mesin yang sangat baik meskipun processor dan RAM iPhone kecil, fitur fanggih seperti fitur Touch ID atau fingerprint dan fitur 3D Touch, kamera dengan kualitas lensa kamera iPhone yang baik, sehingga meskipun resolusi kamera iPhone rendah namun tetap menghasilkan gambar dan video yang baik, foto dan video editing iPhone seperti time lapse dan slow motion video yang tidak ada di *smartphone* lain, dan tidak bisa di clone karena untuk replika iPhone memiliki banyak kekurangan jika dibandingkan iPhone original.

"*Apple* sedang di atas angin, meskipun hanya ada sedikit peningkatan di layar, kamera dan prosesor itu akan cukup dan mesin *Apple* akan tetap berjalan," papar Wood yang dikutip detikINET dari *Guardian*, Senin (7/9/2015).

Perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan prestise, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan lainnya, tidak memandang umur, jenis kelamin, maupun status sosial. Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal diperkotaan. SMA Harapan 1 Medan merupakan salah satu sekolah yang berada dikota Medan, biasanya sekolah ini terkenal dengan label sekolah “*elite*”. Siswa siswinya cenderung berperilaku konsumtif dalam menggunakan *smartphone*. Mereka menggunakan *smartphone* tanpa memikirkan manfaatnya, seperti yang mereka gunakan dalam keseharian. Mereka menggunakan dua atau lebih *smartphone* yang memiliki fungsi dan kelebihan tidak jauh berbeda bahkan dengan merek yang sama seperti iPhone.

Menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Adapun faktor internal dalam perilaku konsumtif adalah harga diri, motivasi, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan faktor eksternal perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi serta keluarga.

Siswa di SMA Harapan 1 Medan merupakan siswa dalam status ekonomi menengah ke atas. Beberapa dari mereka biasa menggunakan lebih dari satu *smartphone* khususnya merek iPhone dengan alasan agar bisa mengikuti *trend* keluaran terbaru. Selain itu, pergaulan juga memiliki peran penting. Karena mereka takut dijauhi dan cenderung merasa tidak disenangi jika hanya menggunakan satu *smartphone* atau iPhone dengan model lama. Hal itu

menunjukkan adanya ciri-ciri konsep diri negatif seperti yang dikemukakan oleh Rakhmat (2005) karakteristik konsep diri negatif salah satunya adalah cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain atau tidak diperhatikan, yang ditunjukkan dengan mereaksi seseorang sebagai musuh, tidak pernah mempersalahkan dirinya, menganggap dirinya sebagai korban sistem sosial.

Masalah pada siswa-siswi ini salah satu diantaranya adalah dalam hal penggunaan *smartphone*, mereka tidak hanya menggunakan *smartphone* untuk kepentingan yang menunjang proses belajar tetapi untuk meningkatkan status sosial dilingkungan sekolah. Maka, tak heran jika banyak diantara mereka yang menggunakan lebih dari satu *smartphone* seperti iPhone. Hal ini dapat dilihat dari banyak siswa di SMA Harapan 1 Medan yang menggunakan *smartphone* dengan merek iPhone dikehidupan sehari-hari.

Kutipan wawancara singkat yang dilakukan peneliti dengan seorang siswi di SMA Harapan 1 Medan pada tanggal 25 Agustus 2016:

Siswi kelas XII MIA-2 yang berinisial JH mengatakan:

*“sebenarnya masih bagus sih kak iPhone 5c yang dikasih papa waktu ultah tahun lalu, tapi kan Apple keluarin tipe yang baru lagi kan kak, iPhone 6. Jadinya aku kan gamau ketinggalan sama temen-temen yang lain biar lebih gaul gitu kak, hehe.”*

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di setiap kelas yang dikunjungi pada tanggal 25 Agustus 2016 pukul 08.30 - 09.30 WIB menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sangat menonjol. Hal ini terlihat dari beberapa siswa-siswi SMA Harapan 1 Medan yang meletakkan masing-masing *smartphone* mereka di atas meja sehingga peneliti melihat secara langsung setiap siswa yang

menggunakan lebih dari satu *smartphone* dan beberapa dari mereka menggunakan yang bermerek *iPhone*.

Selain itu, dengan status ekonomi menengah ke atas mereka terbiasa dibekali uang saku lebih oleh orangtua mereka dengan alasan adanya pelajaran tambahan diluar jam sekolah. Hal ini membuat mereka terbiasa hidup boros atau tidak menggunakan uang saku sesuai kebutuhan.

Hasil observasi berikutnya yang dilakukan pada tanggal 10 Januari 2017 diperoleh jumlah siswa yang menggunakan *iphone* lebih sedikit dari jumlah sebelumnya, hal itu terlihat pada saat siswa diminta untuk meletakkan seluruh gadget diatas meja. Data tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan perilaku konsumtif dalam penggunaan *iphone* pada siswa-siswi SMA Harapan 1 Medan.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah konsep diri. Setiap individu dalam mengenal dirinya dipengaruhi dan dibentuk oleh pengalaman dalam kehidupannya. Dari pengalaman-pengalaman inilah biasanya individu akan memandang dirinya lebih baik atau lebih buruk dari keadaan yang sebenarnya. Cara pandang inilah yang kemudian akan membentuk sebuah konsep dalam dirinya sendiri. Konsep tentang diri sendiri merupakan hal yang penting dalam kehidupan seseorang, karena berasal dari konsep diri inilah seseorang akan menentukan tindakan yang akan dilakukan dalam berbagai situasi (dalam Ernawati & Irawani, 2013).

Menurut Hurlock (1999) pengertian konsep diri sebagai gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya. Berdasarkan pembahasan di atas, maka konsep diri adalah pandangan, penilaian dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri

baik secara fisik, psikis, sosial maupun moral yang diperoleh dari informasi dan interaksi dengan orang lain. Individu yang mempunyai konsep diri negatif adalah individu yang melihat dirinya selalu gagal, tidak mampu, dan mempunyai pandangan buruk terhadap dirinya. Sebaliknya individu yang mempunyai konsep diri positif adalah individu yang mempunyai pandangan menyenangkan terhadap dirinya.

William H. Fitts (Agustiani, 2006) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang. Karena konsep diri seseorang merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan lingkungan. Individu mengetahui dirinya cantik, pandai atau pintar didapat dari pandangan orang lain. Sebaliknya individu tidak tahu bagaimana dia dihadapkan dengan orang lain tanpa ada informasi atau masukan dari lingkungan maupun orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari secara tidak langsung individu telah menilai dirinya sendiri. Penilaian terhadap diri sendiri itu meliputi watak dirinya, orang lain dapat menghargai dirinya atau tidak, dia itu termasuk orang yang berpenampilan menarik atau tidak.

Melihat fenomena yang terjadi dilapangan, siswa-siswi terlihat begitu responsif terhadap pujian yang ditunjukkan dengan pura-pura menghindari pujian dan sesuatu yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya. Hal ini terlihat pada saat peneliti membagikan kertas berupa beberapa pertanyaan mengenai penggunaan *smartphone* yang diisi oleh siswa-siswi SMA Harapan 1 Medan kelas XII. Banyak diantara mereka yang saling menunjuk temannya yang menggunakan lebih dari satu *handphone* apalagi yang menggunakan lebih dari

satu *iPhone*. Hal itu membuat mereka berpura-pura saling memuji namun dengan harapan mendapat pujian kembali. Semakin canggih dan tinggi tipe *iPhone* yang mereka miliki maka semakin banyak pujian sehingga mereka merasa terpandang dibandingkan dengan yang lainnya.

Dari paparan diatas mengenai fenomena - fenomena yang terjadi dilapangan serta penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa konsep diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif individu tersebut. Dimana dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki konsep diri negatif cenderung melakukan perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melihat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif dalam membeli *iPhone* pada siswa SMA Harapan 1 Medan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal dipertkotaan. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi (dalam Sumartono, 2002).

Siswa siswi SMA Harapan 1 Medan cenderung berperilaku konsumtif karena mereka takut dijauhi dan cenderung merasa tidak disenangi. Beberapa dari mereka biasa menggunakan lebih dari satu *handphone* tanpa memikirkan fungsi dan kelebihan dari *handphone* yang mereka gunakan, khususnya untuk merek

iPhone dengan alasan agar bisa mengikuti *trend* dan tetap mampu mempertahankan prestise dilingkungannya.

Perilaku konsumtif atau perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan menimbulkan dampak seperti pola hidup boros, menimbulkan kecemburuan sosial, tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, apakah barang tersebut diperlukan atau tidak, mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Pembelian berlebihan atau boros ini membawa dampak negatif yaitu memandang harta secara salah dan menjadikan harta sebagai tujuan hidup bukan sarana hidup.

Hal tersebut bisa dikendalikan atau dihilangkan sejak dini dengan menanamkan konsep diri yang positif seperti mengarahkan siswa untuk menilai dirinya secara realistis, mencapai tujuan yang realistis yang akan menciptakan citra diri yang positif pula seperti optimis, sehingga remaja tidak mudah terpengaruh oleh rayuan atau bujukan dari produsen baik melalui iklan media massa maupun secara langsung. Dengan begitu para siswa-siswi tidak mudah mengikuti perilaku konsumtif yang terjadi dilingkungannya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku konsumtif dalam Pembelian iPhone di SMA Harapan 1 Medan.

### **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis akan membatasi masalah yang diteliti agar penelitian menjadi lebih terfokus dan dapat menjawab permasalahan penelitian dengan lebih efektif dan efisien. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu menjelaskan individu yang sedang menjalankan proses pembelajaran dalam jenjang pendidikan tertentu baik dalam jalur pendidikan formal maupun nonformal. Konsep diri merupakan suatu pandangan, pendapat, dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri yang berhubungan dengan cara pandang lingkungan terhadap dirinya baik itu secara fisik maupun psikologis. Perilaku konsumtif merupakan perilaku untuk menggunakan produk secara tidak tuntas, individu cenderung membeli barang atau jasa secara berlebihan atau tanpa batas dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan. Perilaku siswa yang konsumtif yang dipengaruhi oleh konsep diri pada siswa kelas XI di SMA Harapan 1 Medan dengan populasi seluruh siswa yang menggunakan iPhone lebih dari satu.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah maka disimpulkan penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif dalam pembelian iPhone pada siswa SMA Harapan 1 Medan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif dalam pembelian iPhone pada siswa SMA Harapan 1 Medan.

## **F. Manfaat Penelitian**

Sebuah penelitian selain memiliki tujuan tertentu, maka hendaknya dapat memberikan manfaat yang berarti, baik secara teoritis maupun secara praktis.

### **a. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi yang membahas mengenai hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif dalam pembelian iPhone pada siswa SMA Harapan 1 Medan.

### **b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menambah bahan pustaka dan menjadi bahan masukan atau referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya pada masa yang akan datang. Khususnya kepada pihak sekolah atau tenaga pendidik diharapkan nantinya mampu mengarahkan atau menanamkan konsep diri positif kepada siswa-siswinya agar tidak berperilaku konsumtif. Juga masukan bagi orang tua siswa diharapkan mampu menanamkan perilaku hidup hemat serta mengajarkan untuk menghindari perilaku hidup boros sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Siswa**

##### **1. Pengertian Siswa**

Siswa atau anak didik adalah orang yang menerima pengaruh dari seseorang atau sekelompok orang yang menjalankan kegiatan pendidikan. Siswa atau anak didik adalah unsur manusiawi yang penting dalam kegiatan interaksi edukatif, ia dijadikan sebagai pokok persoalan dalam semua gerak kegiatan pendidikan dan pengajaran (Santrock, 2008).

Menurut Zulfikar (dalam Djamarah, 2010) siswa atau peserta didik adalah mereka yang secara khusus diserahkan oleh kedua orang tuanya untuk mengikuti pembelajaran yang diselenggarakan di sekolah, dengan tujuan untuk menjadi manusia yang berilmu pengetahuan, berketerampilan, berpengalaman, berkepribadian, berakhlak mulia dan mandiri.

Selain itu, Khan (dalam Djamarah, 2010) menjelaskan siswa adalah seseorang yang datang ke suatu lembaga untuk memperoleh atau mempelajari beberapa tipe pendidikan. Seorang pelajar atau siswa adalah orang yang mempelajari ilmu pengetahuan, tidak memandang berapa pun usianya, dari mana pun, siapa pun dalam bentuk apa pun, dengan biaya apa pun untuk meningkatkan intelek dan moralnya dalam rangka mengembangkan dan membersihkan jiwanya dan dapat menjadi lebih baik.

Adi, D (2001) mendefenisikan siswa sebagai anggota masyarakat yang sedang melakukan proses pendidikan di sekolah atau pada jalur pendidikan

tertentu. Siswa adalah komponen atau masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

Menurut Darajat (dalam Nani, 2014) siswa atau anak adalah pribadi yang “unik” yang mempunyai potensi dan mengalami proses berkembang. Dalam proses berkembang itu anak atau murid membutuhkan bantuan yang sifat dan coraknya tidak ditentukan oleh guru tetapi oleh anak itu sendiri, dalam suatu kehidupan bersama dengan individu-individu yang lain. Sedangkan, menurut Hamanik (dalam Nani, 2014) siswa atau murid adalah salah satu komponen dalam pengajaran, disamping faktor guru, tujuan dan metode pengajaran sebagai salah satu komponen. Maka dapat dikatakan bahwa murid adalah komponen yang terpenting diantara komponen lainnya.

Dalam Wikipedia, siswa adalah anggota masyarakat yang berusaha meningkatkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan baik pendidikan formal maupun nonformal, pada jenjang pendidikan dan jenis pendidikan tertentu. istilah siswa dalam dunia pendidikan meliputi: 1. Siswa yaitu peserta didik pada jenjang pendidikan dasar dan menengah. 2. Mahasiswa yaitu peserta didik pada jenjang pendidikan tinggi. 3. Warga belajar yaitu istilah yang digunakan untuk peserta didik pada jalur pendidikan nonformal seperti pusat kegiatan belajar masyarakat (PKBM).

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa siswa ialah individu yang sedang menjalankan proses pembelajaran dalam jenjang pendidikan tertentu baik dalam jalur pendidikan formal maupun nonformal.

## **2. Kebutuhan Siswa**

Maslow (Harlock, 1989) menyatakan bahwa setiap individu memiliki lima kebutuhan yang tersusun secara hirarkis, ini dimulai dari kebutuhan yang paling dasar sampai ke kebutuhan yang paling tinggi. Kebutuhan yang paling bawah harus terpengaruhi dahulu secara cukup sebelum muncul kebutuhan rasa aman, kebutuhan cinta dan penerimaan, kebutuhan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri.

Dalam tahap-tahap perkembangan individu, terdapat berbagai macam kebutuhan siswa. Prescott (dalam Nani, 2014) mengadakan klasifikasi kebutuhan sebagai kebutuhan fisiologis yang mencakup makanan, air, seks, dan tempat tinggal, kebutuhan sosial atau status yang mencakup kontak dengan kenyataan, simbolisasi progresif, menambah kematangan diri sendiri, keseimbangan antara berhasil atau gagal serta menemukan individualitasnya sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan-kebutuhan siswa antara lain kebutuhan fisiologis, kebutuhan sosial atau status, kebutuhan ego serta kebutuhan rasa aman, kebutuhan cinta dan penerima, kebutuhan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri.

### **B. Iphone**

#### **1. Perkembangan Iphone**

Produk iPhone merupakan produk rancangan dari perusahaan Apple inc ini cukup banyak menyita pandangan masyarakat. iPhone menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS Apple yang dikenal dengan nama iPhone OS sampai pertengahan 2010. Sesaat setelah peluncuran iPad, iPhone pertama

diluncurkan pada tanggal 29 Juni 2007. iPhone memiliki konektivitas Wi-fi dan seluler (2G, 3G dan 4G), hal ini menyebabkan *smartphone (iPhone Apple)* disukai dikalangan remaja. Walaupun produk yang satu ini tidak begitu mudah digunakan untuk kalangan menengah ke bawah namun, *smartphone* ini sudah ramai dipasaran. Dilihat dari aplikasi dan fiturnya iPhone lebih banyak ditujukan kepada konsumen kalangan menengah ke atas, hal ini seperti berbagai fitur dan aplikasi berbayar pada iPhone sehingga tidak begitu mudah digunakan bagi konsumen kelas menengah kebawah. Siswa SMA merupakan salah satu kelompok remaja yang sangat merespon kemunculan *smartphone (iPhone Apple)* yang menunjang kebutuhan akan tugas, komunikasi, akses internet, hiburan, gaya hidup, dan sebagainya (repcity.widyatama.ac.id).

Dilansir dalam detik.com iPhone masuk dalam kategori ponsel mahal. Namun ia selalu diburu dan generasi barunya selalu laku keras. Apa sebabnya? Selain kekuatan merek dan ekosistem, ada lagi alasan lain “Apple terus menambahkan sesuatu untuk menjaga orang agar tetap memakai iPhone, seperti iCloud, Apple musik, aplikasi kesehatan dan berbagai aplikasi lain yang tidak ada dalam smartphone berbasis android. Saya bahkan melihat pengguna iPhone yang memakai android ingin kembali” kata Ben Wood, analis d CSS Insight.

Bersadarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan *Apple inc* dalam meluncurkan produk-produk iPhone terbaru selalu meningkatkan kualitas dan kelebihan terhadap fitur ataupun aplikasi yang ada pada produk iPhone.

## 2. Keunggulan Iphone

iPhone memang memiliki keunggulan dibandingkan hp lain, dan keunggulan iPhone ini menjadi alasan utama penggunaannya untuk memakai iPhone. Berikut adalah keunggulan iPhone.

### 1. Meningkatkan Strata Sosial

iPhone berhasil menanamkan kesan bahwa iPhone merupakan barang mewah dan dapat meningkatkan status sosial bagi yang menggunakannya. Salah satu alasannya karena harga iPhone relatif lebih tinggi sehingga kebanyakan pengguna iPhone dari kelas ekonomi menengah ke atas. Sehingga banyak pengguna yang menggunakan iPhone dengan tujuan untuk meningkatkan status sosial dari pengguna itu sendiri.

### 2. Model dan Desain

Desain iPhone terlihat lebih elegan dan modern, hal ini dibuktikan dengan banyaknya *smartphone* lain meniru desain dari iPhone. iPhone memiliki ciri khas yaitu simbol Apple pada bagian belakang. Dengan bentuk body yang sedikit mengotak yang membuatnya terlihat lebih elegan. Desain iPhone memang tidak mengalami banyak perubahan dari setiap tipenya. iPhone juga terkenal dengan bentuknya yang kecil dengan lebar layar 4 inchi, hanya saja belakangan ini iPhone berusaha mengikuti perkembangan dengan meluncurka iPhone tipe terbaru dengan layar yang lebih besar.

### 3. UI (User Interface)

Tampilan atau User Interface iPhone memang tidak pernah berubah meski di versi sistem operasi atau tipe terbaru. Hal ini menjadi salah satu keunggulan iPhone

dengan UI yang simpel sehingga membuat penggunanya mudah untuk mengoperasikan iPhone.

#### 4. Sistem Operasi iOS

Semua sistem operasi pastinya mengalami perkembangan entah itu Android, iOS atau sistem operasi lainnya. Seperti Android yang melakukan pembaruan setiap tahunnya, iOS pun juga melakukan perkembangan. Namun yang menjadi keunggulan iPhone adalah iPhone dapat melakukan pembaruan sistem yang terbaru, tidak seperti smartphone yang menggunakan sistem operasi Android yang membutuhkan spesifikasi tertentu untuk melakukan pembaruan. Bahkan kita harus mengganti perangkat Android kita jika kita ingin menggunakan sistem operasi terbaru.

#### 5. Performa Mesin

Dengan spesifikasi yang mini jika dibandingkan *smartphone* Android, iPhone memiliki performa yang sangat baik meskipun processor dan RAM iPhone kecil. Contohnya saja dengan hanya processor dualcore dan RAM 1GB iPhone sudah bisa menjalankan aplikasi yang berat (game HD) bahkan tanpa lagging atau lemot.

#### 6. Fitur Canggih

iPhone selalu menawarkan fitur - fitur canggih pada setiap tipe iPhone terbarunya seperti fitur Touch ID atau fingerprint dan fitur 3D Touch. Kebanyakan fitur tersebut tidak ada di *smartphone* lain sehingga banyak pengguna lebih memilih menggunakan iPhone untuk merasakan sensasi kecanggihan fitur - fitur tersebut.

## 7. Kamera

iPhone juga dikenal dengan resolusi kameranya yang tidak begitu tinggi, namun kualitas gambar atau video yang dihasilkan sangat bagus bahkan mengalahkan hasil dari kamera beresolusi lebih tinggi dari *smartphone* lainnya. Hal ini disebabkan kualitas lensa kamera iPhone yang baik, sehingga meskipun resolusi kamera iPhone rendah namun tetap menghasilkan gambar dan video yang baik.

## 8. Foto dan Video Editing

Selain hasil gambar dan video yang berkualitas sangat baik, iPhone juga dikenal *smartphone* yang cocok untuk melakukan pengeditan gambar dan video. Bahkan ada banyak fitur pada video recording iPhone seperti time lapse dan slow motion video yang tidak ada di *smartphone* lain.

## 9. Tidak Bisa di Clone

*Smartphone* replika merupakan salah satu alternatif pengguna yang ingin memakai *smartphone* terbaru dengan budget minimal. Namun untuk replika iPhone memiliki banyak kekurangan jika dibandingkan iPhone original. Meskipun memiliki kemiripan fisik yang tinggi tetap saja replika atau supercopy tidak bisa menyamai produk iPhone asli karena memang iOS yakni sistem operasi iPhone hanya bisa digunakan pada produk Apple.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keunggulan-keunggulan produk iPhone antara lain meningkatkan strata sosial, model dan desain, UI (User Interface), sistem operasi iOS, performa mesin, fitur fanggih, kamera, foto dan video editing serta tidak bisa di clone

## **C. Perilaku Konsumtif**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Hawkins, Best, dan Coney (Suryani, 2008) perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Hal yang hampir sama diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk (Suryani 2008) bahwa perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang dan usaha) untuk mendapatkan barang dan jasa yang nantinya akan dikonsumsi. Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Menurut Griffin (dalam Sangadji & Sopiah, 2013) perilaku konsumtif adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan evaluasi. Selanjutnya Kotler (Sangadji & Sopiah, 2013) menjelaskan perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok, atau organisasi. Masing-masing unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang menggunakan produk secara tidak tuntas atau dengan kata lain

individu akan membeli barang yang sama dengan merek yang lain atau membeli barang yang lain dengan iming-iming hadiah atau layaknya orang yang menggunakan produk tersebut padahal produk yang lama belum habis terpakai.

Selanjutnya Rasimin (dalam Ayu, 2009) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan untuk bertindak dengan keinginan untuk membeli dan menggunakan atau menghabiskan barang atau jasa yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan.

Dahlan dalam Lina & Rosyid (1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Lubis (Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan atau mengkonsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

Sedangkan Purwanta (dalam Rezeki 2011) mengatakan istilah konsumtif adalah perilaku yang boros di dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Lebih luas lagi, perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi yang boros dan

berlebihan, yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta meniadakan skala prioritas. Orang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan pengharapan yang melekat pada barang tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku untuk menggunakan produk secara tidak tuntas, individu cenderung membeli barang atau jasa secara berlebihan atau tanpa batas dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut William J. Stanton (Mangkunegara, 2009) ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

### **1. Kekuatan Sosial Budaya**

#### **a. Faktor Budaya**

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku atau kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.

#### **b. Faktor Kelas Sosial**

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.

c. Faktor Kelompok Anutan (*Small Reference Group*)

Kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku konsumen. Kelompok anutan merupakan kumpulan keluarga, kelompok, atau organisasi tertentu. Pengaruh kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain adalah menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

d. Faktor Keluarga

Keluarga didefinisikan sebagai unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi pengambilan keputusan membeli.

2. Kekuatan Faktor Psikologis

a. Faktor Pengalaman Belajar

Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan.

b. Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Secara psikologis, kepribadian diartikan sebagai perilaku yang terkontrol yang sesuai dengan tuntutan lingkungan sehingga reaksinya tidak merugikan konsumen maupun dirinya sendiri.

c. Faktor Sikap dan Keyakinan

Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung kearah berbagai objek atau ide. Sikap dapat pula diartikan sebagai kesiapan seseorang melakukan suatu tindakan atau aktivitas yang akan dilakukan oleh seseorang.

d. Konsep Diri (*Self-Concept*)

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Para ahli psikologi membedakan konsep diri yang nyata dan konsep diri yang ideal. Konsep diri yang nyata ialah bagaimana kita melihat diri dengan yang sebenarnya sedangkan konsep diri yang ideal ialah bagaimana diri kita yang kita inginkan. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, kita perlu menciptakan situasi yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Sedangkan, Menurut Suryani (2008) ada beberapa faktor yang mempengaruhi individu untuk melakukan perilaku konsumtif, yaitu:

a. Faktor Internal

Adapun faktor internal yang berpengaruh dalam perilaku konsumtif adalah:

1. Motivasi

Proses timbulnya dengan yang membuat seseorang tergerak untuk membeli atau menggunakan suatu produk itulah yang disebut dengan

motivasi. Proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, maupun harapan.

## 2. Kepribadian

Kepribadian sering diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, temperamen, kemampuan umum, dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Kepribadian seseorang merupakan salah satu faktor seseorang untuk berperilaku konsumtif karena lingkungan dimana individu melakukan interaksi memiliki peran yang cukup besar dalam pembentukan kepribadian konsumtif.

## 3. Persepsi

Schiffman dan Kanuk (2004) mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana dalam proses tersebut individu memilih, menginterpretasikan dan mengorganisasikan stimuli menjadi sesuatu yang lebih bermakna. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen.

## 4. Pembelajaran

Nelson dan Quick (1997) mendefinisikan belajar sebagai proses yang menghasilkan perubahan pengetahuan atau perilaku yang bersifat relatif permamen yang bersumber dari pengalaman. Proses inilah yang mempengaruhi individu untuk mengkonsumsi suatu barang atau produk.

## 5. Sikap

Menurut Allport (1956) sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu objek dalam bentuk rasa suka

atau tidak suka. Sikap merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi individu itu dalam melakukan perilaku konsumtif. Apabila individu tersebut memiliki rasa suka atau memiliki sikap positif terhadap barang atau produk tersebut maka dia akan memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya.

#### b. Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal yang berpengaruh dalam perilaku konsumtif adalah:

##### 1. Keluarga

Keluarga memiliki peran yang penting pada perilaku konsumtif. Keluarga mempengaruhi proses pembelajaran, sikap, persepsi, dan perilaku orang-orang yang ada didalamnya. Oleh karena itu perilaku konsumtif secara tidak langsung dipengaruhi oleh keluarga.

##### 2. Kelas sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota-anggota masyarakat ke dalam suatu hirarki kelas-kelas status yang berbeda, sehingga anggota dari setiap kelas relatif sama karena memiliki kesamaan. Adanya kelas sosial antar masyarakat ini relatif berbeda tergantung dari kondisi ekonomi dan sosial yang ada di masyarakat tersebut dan kepentingan yang melatarbelakangi.

##### 3. Budaya

Beragamnya kebudayaan, keyakinan, nilai-nilai dan kebiasaan yang ada di masyarakat Indonesia mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut

Hawkins (2007) budaya diartikan sebagai kelompok yang menyeluruh yang mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, kebiasaan, kapasitas dan kapabilitas lainnya serta kebiasaan-kebiasaan lainnya yang dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat.

#### 4. Kelompok

Keberadaan kelompok dan pengaruh kelompok memiliki dampak yang cukup besar dalam perilaku konsumtif. Kelompok acuan salah satu yang mempengaruhi individu. Kelompok acuan merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata pada individu.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain: faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok acuan, faktor keluarga, faktor psikologis yang didalamnya terdapat faktor pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, konsep diri, motivasi, persepsi.

### 3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Lina & Rosyid (1997) menyebutkan ada tiga aspek dalam perilaku konsumtif, yaitu:

#### a. Aspek pembelian impulsif

Adalah pembeli yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba. Dengan kata lain pembelian impulsif adalah pembelian tanpa perencanaan yang diwarnai oleh dorongan kuat untuk membeli yang

muncul secara tiba-tiba dan seringkali sulit untuk ditahan, yang dipicu secara spontan saat berhadapan dengan produk, serta adanya perasaan menyenangkan dan penuh gairah. Pada pembelian impulsive, konsumen memiliki perasaan yang kuat dan positif terhadap suatu produk, hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli, tanpa konsumen memikirkannya terlebih dahulu dan mempertimbangkan konsekuensi yang diperolehnya.

b. Aspek pembelian tidak rasional

Adalah pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode. Pendekatan ini diperkuat oleh Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional dan biasanya karena ada dorongan dari lingkungan ataupun orang lain.

c. Aspek pembelian boros atau berlebihan

Adalah pembelian produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen. Atau dengan kata lain pembelian boros adalah membeli barang dengan berlebihan berdasarkan keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Membeli tidak lagi dilakukan Karena produk tersebut memang dibutuhkan, tetapi membeli dilakukan Karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, dan ingin memperoleh fungsi yang sesungguhnya.

Sedangkan menurut Rasimin (dalam Ayu, 2009) Aspek-aspek yang terdapat dalam perilaku konsumtif antara lain:

a. Aspek motif

Meliputi dorongan-dorongan yang bersifat rasional maupun yang irasional, ikut ikutan atau uji coba. Pada awalnya dorongan konsumen untuk melakukan tindakan pemilihan diantara berbagai jenis dan macam produk dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri yang dianggap paling baik atau harganya cukup terjangkau. Namun kenyataannya sering kali pertimbangan tersebut bukan hanya sekedar kualitas dan faktor marketingnya, tetapi ada dorongan lain yang akan menimbulkan keputusan dalam membeli yang lebih bersifat psikologis, sehingga akan menimbulkan dasar pertimbangan yang irasional dan lebih bersifat emosional dalam pengertiannya, karena hasil produk tersebut dapat meningkatkan harga diri atau *self esteem* serta dikagumi

b. Aspek Kemutakhiran Mode

Mencakup macam-macam barang atau jasa yang sedang populer dan digemari oleh orang banyak, sehingga orang cenderung beranggapan bahwa dirinya *prestisius* bila mengkonsumsi produk-produk dengan merek tertentu, produk tersebut dianggap *fashionable*.

c. Aspek *Inferiority Complex*

Berkaitan dengan masalah harga diri yang rendah, kurang percaya diri, gengsi. Konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri, maka ia akan membeli produk dengan tujuan agar mendapatkan simbol status pribadi.

Berdasarkan pendapat di atas, mengenai aspek-aspek perilaku konsumtif, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara garis besar aspek yang mendukung perilaku konsumtif adalah : aspek pembeli impulsif, aspek pembeli tidak rasional dan aspek pembeli boros atau berlebihan, motif, kemutahiran mode dan *Inferiority Complex*.

#### **4. Indikator - Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono (2002) indikator perilaku konsumtif antara lain:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli barang tersebut karena adanya iming-iming hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbuju untuk membeli barang tertentu jika barang tersebut dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan terlihat menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen memiliki keinginan untuk membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen memiliki ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya bertujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk memperbaiki penampilan diri.

4. Membeli produk atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar sebagai simbol status.

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya.

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai tokoh idolanya tersebut. Konsumen juga cenderung menggunakan produk yang ditawarkan bila dia mengidolakan *public-figure* produk tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa dengan membeli produk yang mahal akan meningkatkan kepercayaan diri yang tinggi.

Konsumen akan terdorong untuk menggunakan suatu produk karena mereka percaya apa yang dilakukan oleh iklan dapat menumbuhkan rasa percaya diri yang tinggi.

#### 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek lain dari produk sebelumnya yang dia gunakan, walaupun produk yang pertama belum habis terpakai.

Berdasarkan uraian yang diungkapkan di atas maka diambil kesimpulan bahwa indikator-indikator perilaku konsumtif antara lain: membeli produk kerana iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan), membeli produk hanya sekedar sebagai simbol status, membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa dengan membeli produk yang mahal akan meningkatkan kepercayaan diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

### **D. Konsep Diri**

#### **1. Pengertian Konsep Diri**

Konsep diri merupakan tema utama psikologi humanistik yang muncul belakangan ini, menurut William James, ada dua jenis diri, yaitu “diri” dan “aku”. Diri adalah Aku sebagaimana dipersepsikan oleh orang lain atau diri sebagai objek (*objective self*), sedangkan Aku adalah inti dari diri aktif, mengamati, berpikir, dan berkehendak (*subjectiv self*). Jadi konsep diri adalah pandangan atau perasaan kita tentang diri kita (dalam Ernawati & Irawani, 2013).

Konsep diri (*self-concept*) merupakan salah satu dari beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi pencapaian prestasi belajar. Linn (1993) mengatakan bahwa konsep diri dapat diformulasikan melalui dunia yang dilihatnya, artinya bahwa konsep diri seseorang dapat dinyatakan melalui pandangan tentang diri pribadinya. Formulasi lain sebagaimana dijelaskan Samana (1988) bahwa konsep diri merupakan gambaran dan penilaian terhadap diri sendiri mencakup seluruh aspek kepribadiannya. Hurlock (1989) menjelaskan bahwa konsep diri merupakan penilaian terhadap dirinya sendiri yang meliputi karakteristik fisik, psikis, sosial-emosional, aspirasi, dan prestasi (dalam Efendi 2004).

William H. Fitts (dalam Agustiani, 2006) konsep diri itu bagaimana individu mempersepsikan dirinya, memberi arti dan penilaian serta membentuk abstraksi tentang dirinya, berarti dia menunjukkan suatu kesadaran diri (*self awareness*) dan kemampuan untuk keluar dari dirinya sendiri untuk melihat dirinya seperti yang dia lakukan terhadap dunia di luar dirinya. Fitts juga mengatakan bahwa konsep diri berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang.

Penjelasan tersebut sejalan dengan pendapat Stuart dan Sundeen (dalam Agustiani, 2006) bahwa konsep diri adalah semua ide, pikiran, kepercayaan dan pendirian yang diketahui individu tentang dirinya dan mempengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain.

Konsep diri seseorang diperoleh dari informasi-informasi atau interaksi yang didapatnya dari orang lain. Menurut William H. Fitts (Agustina, 2006) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan aspek paling penting dalam diri

seseorang, karena konsep diri seseorang merupakan kerangka acuan dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Hurlock (1989) melihat konsep diri sebagai faktor penting dalam berinteraksi dengan orang lain. Ahli ini menyatakan bahwa konsep diri sebagai inti kepribadian merupakan aspek penting terhadap mudah tidaknya berhubungan dengan orang lain. Interaksi positif siswa dengan guru dalam proses belajar mengajar, menunjukkan kemampuan penyesuaian diri dari siswa tersebut adalah baik, sehingga hal itu akan mendukung tercapainya prestasi belajar yang lebih baik. Senada dengan pernyataan-pernyataan di atas adalah Marsh (1984) mengatakan bahwa konsep diri yang semakin baik maka akan semakin kecil manifestasi kecemasannya (dalam Efendi, 2004).

Dalam Wikipedia mengungkapkan konsep diri adalah pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri. Pandangan diri terkait dengan dimensi fisik, karakteristik individual dan motivasi diri. Pandangan diri tidak hanya meliputi kekuatan-kekuatan individual, tetapi juga kelemahan bahkan juga kegagalan dirinya. Konsep diri merupakan inti dari kepribadian individu. Inti kepribadian berperan penting untuk menentukan dan mengarahkan perkembangan kepribadian serta perilaku individu.

Berdasarkan beberapa definisi pengertian konsep diri di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan suatu pandangan, pendapat, dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri yang berhubungan dengan cara pandang lingkungan terhadap dirinya baik itu secara fisik maupun psikologis.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri**

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri remaja (Hurlock, 1999) yaitu;

### **a. Usia kematangan**

Remaja yang matang lebih awal, yang diperlakukan seperti orang yang hampir dewasa, mengembangkan konsep diri yang menyenangkan sehingga dapat menyesuaikan diri dengan baik. Remaja yang matang terlambat, yang diperlakukan seperti anak-anak, merasa salah dimengerti dan bernasib kurang baik sehingga cenderung berperilaku kurang dapat menyesuaikan diri.

### **b. Penampilan diri**

Penampilan diri yang berbeda membuat remaja merasa rendah diri meskipun perbedaan yang menambah daya tarik fisik. Tiap cacat fisik merupakan sumber yang memalukan dan mengakibatkan perasaan rendah diri. Sebaliknya daya tarik fisik dapat menimbulkan penilaian yang menyenangkan tentang ciri kepribadian dan menambah dukungan sosial.

### **c. Nama dan julukan**

Remaja peka dan merasa malu bila teman-teman sekelompok menilai namanya buruk atau bila mereka memberi nama julukan (label) yang bernada cemoohan.

### **d. Hubungan keluarga**

Seorang remaja yang mempunyai hubungan yang erat dengan seseorang anggota keluarga akan mengidentifikasi diri dengan orang ini

dan ingin mengembangkan pola kepribadian yang sama. Bila tokoh ini sesama jenis, remaja akan tertolong untuk mengembangkan konsep diri yang layak untuk jenis seksnya.

e. Teman-teman sebaya

Teman-teman sebaya mempengaruhi pola kepribadian remaja dalam dua cara. Pertama, konsep diri remaja merupakan cerminan dari anggapan tentang konsep teman-teman tentang dirinya dan kedua, ia berada dalam tekanan untuk mengembangkan ciri-ciri kepribadian yang diakui oleh kelompok.

f. Kreativitas

Remaja yang semasa kanak-kanak didorong agar kreatif dalam bermain dan dalam tugas-tugas akademis, mengembangkan perasaan individualitas dan identitas yang memberi pengaruh yang baik pada konsep dirinya. Sebaliknya, remaja yang sejak awal masa kanak-kanak didorong untuk mengikuti pola yang sudah diakui akan kurang mempunyai perasaan identitas dan individualitas.

g. Cita-cita

Bila remaja mempunyai cita-cita yang tidak realistis, ia akan mengalami kegagalan. Hal ini akan menimbulkan perasaan tidak mampu dan reaksi-reaksi bertahan dimana ia menyalahkan orang lain atas kegagalannya. Remaja yang realistis tentang kemampuannya lebih banyak mengalami keberhasilan daripada kegagalan. Ini akan menimbulkan kepercayaan diri dan kepuasan diri yang lebih besar yang memberikan konsep diri yang lebih baik.

Selanjutnya Verderber dalam Sobur (2003), menyebutkan sedikitnya empat faktor yang mempengaruhi konsep diri, yakni:

*a. Self Appraisal-Viewing Self as Object*

Istilah ini menunjukkan suatu pandangan, yang menjadikan diri sendiri sebagai objek dalam komunikasi atau dengan kata lain adalah kesan kita terhadap diri kita sendiri. Dalam hal ini, kita membentuk kesan-kesan kita tentang diri kita. Kita mengamati perilaku fisik (lahiriah) secara langsung, misalnya kita melihat diri kita didepan cermin dan kemudian menilai dan mempertimbangkan ukuran badan, cara berpakaian dan sebagainya. Penilaian-penilaian tersebut sangat berpengaruh terhadap cara kita member kesan terhadap diri sendiri, cara kita merasakan tentang diri kita, suka atau tidak suka, senang atau tidak senang pada apa yang kita lihat pada diri kita.

Apabila merasakan yang kita tidak sukai tentang diri kita, disini kita berusaha untuk mengubahnya. Dan jika kita tidak mau mengubahnya, inilah awal dari konsep diri negatif terhadap diri kita sendiri. Menurut Verderber dalam Sobur (2003), semakin besar pengalaman positif yang kita peroleh atau yang kita miliki, semakin positif konsep diri kita. Sebaliknya semakin besar pengalaman negatif yang kita peroleh atau yang kita miliki, maka semakin negatif konsep diri kita.

*b. Reaction and Response of Others*

Konsep diri tidak hanya berkembang melalui pandangan kita terhadap diri sendiri, namun juga berkembang dalam rangka interaksi kita dengan masyarakat. Oleh sebab itu, konsep diri dipengaruhi oleh reaksi respon orang lain terhadap diri kita, misalnya saja dalam berbagai perbincangan masalah sosial. Karena kita

mendengar adanya reaksi orang lain terhadap kita, misalnya tentang apa yang mereka sukai atau mereka yang tidak sukai, baik atau buruk yang menyangkut diri kita, muncul apa yang mereka rasakan terhadap diri kita, perbuatan kita, ide-ide kita, kata-kata kita dan semua yang menyangkut diri kita. Dengan demikian apa yang ada pada diri kita, dievaluasi oleh orang lain melalui interaksi kita dengan orang tersebut dan pada gilirannya evaluasi mereka mempengaruhi konsep diri kita.

*c. Roles You Play –Role Talking*

Dalam hubungan pengaruh peran terhadap konsep diri, adanya aspek peran yang kita mainkan sedikit banyaknya akan mempengaruhi konsep diri kita. Peran yang kita mainkan adalah hasil dari sistem nilai kita. Kita dapat memotret diri sebagai seorang yang dapat berperan sesuai dengan persepsi kita yang didasarkan pada pengalaman diri sendiri, yang dalam hal ini terdapat unsur selektivitas dari keinginan kita untuk memainkan peran.

*d. Reference Groups*

Yang dimaksud dengan *reference groups* atau kelompok rujukan adalah kelompok yang kita menjadi orang didalamnya. Jika kelompok ini dianggap penting, dalam arti mereka dapat menilai dan bereaksi pada kita,. Hal ini akan terjadi kekuatan untuk menentukan konsep diri kita. Sikap yang menunjukkan rasa tidak senang atau tidak setuju terhadap kehadiran seseorang, biasanya digunakan sebagai bahan komunikasi dalam penilaian kelompok terhadap perilaku seseorang.

Rezeki (2011) Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan dan perkembangan konsep diri, antara lain:

a. Usia

Konsep diri terbentuk seiring dengan bertambahnya usia. Dimana perbedaan ini lebih banyak berhubungan dengan tugas-tugas perkembangan. Pada masa kanak-kanak, konsep diri seseorang menyangkut hal-hal seputar diri dan keluarganya. Pada masa remaja, konsep diri sangat dipengaruhi oleh teman sebaya dan orang yang dipujanya. Sedangkan masa dewasa konsep dirinya sangat dipengaruhi oleh status sosial dan pekerjaan, dan pada usia tua konsep dirinya lebih banyak dipengaruhi oleh keadaan fisik, perubahan mental maupun sosial.

b. Inteligensi

Inteligensi mempengaruhi penyesuaian diri seseorang terhadap lingkungannya, orang lain dan dirinya sendiri. Semakin tinggi taraf inteligensinya semakin baik penyesuaian dirinya dan lebih mampu bereaksi terhadap rangsangan lingkungan atau orang lain dengan cara yang dapat diterima. Hal itu juga akan meningkatkan konsep diri.

c. Pendidikan

Seseorang yang mempunyai pendidikan yang tinggi akan meningkatkan prestisenya. Jika prestisenya meningkat maka konsep dirinya akan berubah.

d. Status Sosial Ekonomi

Status sosial seseorang mempengaruhi bagaimana penerimaan orang lain terhadap dirinya. Penerimaan lingkungan dapat mempengaruhi konsep diri seseorang.

e. Hubungan Keluarga

Seseorang yang mempunyai hubungan yang erat dengan seorang anggota keluarga akan mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan ingin mengembangkan pola kepribadian yang sama. Bila tokoh ini sesama jenis, maka akan tergolong untuk mengembangkan konsep diri yang layak untuk jenis seksnya.

f. Orang lain

Kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Bagaimana anda mengenal diri saya, akan membentuk konsep diri saya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri antara lain: usia kematangan, penampilan diri, nama dan julukan, hubungan keluarga, inteligensi, pendidikan, teman-teman sebaya, kreativitas dan cita-cita.

### 3. Aspek-Aspek Konsep Diri

Menurut Dariyo, 2007 mengemukakan beberapa aspek-aspek dalam konsep diri, yakni sebagai berikut:

#### a. Aspek fisiologis

Aspek fisiologis dalam diri berkaitan dengan unsur-unsur fisik, seperti warna kulit, bentuk, berat atau tinggi badan, raut muka (tampan, cantik, sedang atau jelek), memiliki kondisi badan yang sehat, normal, cacat dan sebagainya. Karakteristik fisik mempengaruhi bagaimana seseorang menilai diri sendiri; demikian pula tak dipungkiri bahwa orang lain pun menilai seseorang diawali penilaian terhadap hal-hal yang bersifat fisiologis. Walaupun belum tentu benar, masyarakat seringkali melakukan penilaian awal terhadap penampilan fisik untuk dijadikan sebagai dasar respon perilaku seseorang terhadap orang lain.

#### b. Aspek psikologis

Aspek-aspek psikologis (*psychological aspect*) meliputi tiga hal yaitu, kognisi (kecerdasan, minat dan bakat, kreativitas dan kemampuan konsentrasi), afeksi (ketahanan, ketekunan, keuletan bekerja, motivasi berprestasi dan toleransi stress), konasi (kecepatan dan ketelitian kerja, coping stress dan resiliensi). Pemahaman dan penghayatan unsur-unsur aspek psikologi tersebut akan mempengaruhi penilaian terhadap diri sendiri. Penilaian yang baik akan meningkatkan konsep diri yang positif (*positive self-concept*), sebaliknya penilaian yang buruk cenderung akan mengembangkan konsep diri yang negatif (*negatif self-concept*).

c. Aspek psiko-sosiologis

Yang dimaksud dengan aspek psiko-sosiologis ialah pemahaman individu yang masih memiliki hubungan dengan lingkungan sosialnya. Aspek psiko-sosiologis ini meliputi tiga unsur yaitu, unsur pertama meliputi orangtua, saudara kandung dan kerabat dalam keluarga. Unsur kedua meliputi teman-teman pergaulan dan kehidupan bertetangga. Sedangkan unsur yang ketiga ialah lingkungan sekolah (guru, teman sekolah dan aturan-aturan sekolah). Oleh karena itu, seorang yang menjalin hubungan dengan lingkungan sosial dituntut untuk dapat memiliki kemampuan berinteraksi sosial, komunikasi, menyesuaikan diri (*adjustment*) dan bekerja sama (*cooperation*) dengan mereka. Tuntutan sosial secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi agar individu menaati aturan-aturan sosial. Individu pun juga berkepentingan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui lingkungan sosialnya. Dengan demikian terjadi hubungan mutualisme antara individu dengan lingkungan sosialnya.

d. Aspek psiko-spiritual

Aspek psiko-spiritual ialah kemampuan dan pengalaman individu yang berhubungan dengan nilai-nilai dan ajaran agamanya. Aspek spiritual disebut juga aspek theologies (*theological aspect*) yang bersifat transcendental. Aspek spiritual meliputi tiga unsur, yakni ketaatan beribadah, kesetiaan berdoa dan puasa serta kesetiaan menjalankan ajaran agama. Diri yang berhubungan dengan aspek spiritual ini bersifat vertikal artinya keberadaan diri individu masih berhubungan erat dengan Tuhan.

e. Aspek psikoetika dan moral

Aspek psikoetika dan moral (*moral aspect*) yaitu suatu kemampuan memahami dan melakukan perbuatan berdasarkan nilai-nilai etika dan moralitas. Setiap pemikiran, perasaan dan perlakuan individu harus mengacu pada nilai-nilai kebaikan, keadilan, kebenaran dan kepantasan. Oleh karena itu, proses penghayatan dan pengamatan individu terhadap nilai-nilai moral tersebut menjadi sangat penting, karena akan dapat menopang keberhasilan seseorang dalam melakukan kegiatan penyesuaian diri dengan orang lain.

Sedangkan Menurut Fits (dalam Agustiani, 2006) konsep diri merupakan suatu gambaran dan penilaian terhadap diri sendiri dan terdiri dari beberapa aspek sebagai berikut:

a. Aspek diri fisik (*Physical Self*)

Pandangan individu terhadap keadaan fisik, kesehatan, penampilan dari luar dan gerak motoriknya.

b. Aspek diri keluarga (*family self*)

Yaitu pandangan dan penilaian individu sebagai anggota keluarga.

c. Aspek diri pribadi (*personal self*)

Bagaimana individu menilai dirinya sendiri. Hal ini dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetap dipengaruhi sejauh mana individu merasa puas terhadap dirinya sebagai pribadi yang tepat.

d. Aspek diri etik-moral (*moral etical self*)

Bagaimana persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar pertimbangan nilai moral dan etika.

e. Aspek diri sosial (*social self*)

Bagaimana nilai dari individu dalam melakukan interaksi sosial dengan orang lain.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan aspek konsep diri yang meliputi aspek fisiologis, psikologis, psiko-sosiologis, psiko-spiritual dan aspek psikoetika-moral.

#### **4. Karakteristik Konsep Diri**

Menurut Hamacheck dalam Rahkmat (2005), mengemukakan bahwa terdapat sejumlah karakteristik orang yang mempunyai konsep diri positif. Adapun karakteristik orang yang mempunyai konsep diri positif yaitu:

- a. Ia meyakini betul-betul nilai dan prinsip-prinsip tertentu serta bersedia mempertahankannya, walaupun menghadapi pendapat kelompok yang kuat. Namun dia juga merasa dirinya cukup tangguh untuk mengubah prinsip-prinsip itu bila pengalaman dan bukti-bukti baru menunjukkan ia salah.
- b. Ia mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebih-lebihan atau menyesali tindakannya jika orang lain tidak menyetujui tindakannya.
- c. Ia tidak menghabiskan waktu yang tidak perlu untuk mencemaskan apa yang akan terjadi besok, apa yang telah terjadi waktu lalu dan apa yang sedang terjadi waktu sekarang.

- d. Ia memiliki keyakinan pada kemampuannya untuk mengatasi persoalan, bahkan ketika ia menghadapi kegagalan atau kemunduran.
- e. Ia merasa sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya.
- f. Ia sanggup menerima dirinya sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, paling tidak bagi orang-orang yang ia pilih sebagai sahabatnya.
- g. Ia dapat menerima pujian tanpa tanpa berpura-pura rendah hati dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah.
- h. Ia cenderung menolak usaha orang lain untuk mendominasinya.
- i. Ia sanggup mengaku pada orang lain bahwa ia mampu merasakan berbagai dorongan dan keinginan dari perasaan marah sampai cinta, dari sedih sampai bahagia, dari kekecewaan yang mendalam sampai kepuasan yang mendalam juga.
- j. Ia mampu menikmati dirinya secara utuh dalam berbagai kegiatan yang meliputi pekerjaan, permainan, ungkapan diri yang kreatif, persahabatan atau sekedar mengisi waktu.
- k. Ia peka pada kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang telah diterima dan terutama sekali pada gagasan bahwa ia tidak bisa bersenang-senang dengan mengorbankan orang lain.

Sedangkan orang yang memiliki konsep diri negatif yaitu sebagai berikut ini:

- a. Peka terhadap kritikan yang ditunjukkan dengan mudah marah, koreksi dipersepsi sebagai upaya menjatuhkan harga diri dan bersikeras mempertahankan pendapatnya sekalipun logikanya salah.
- b. Responsif terhadap pujian yang ditunjukkan dengan pura-pura menghindari pujian dan sesuatu yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya.
- c. Hiperkritis yang ditunjukkan dengan sikap dan perilaku sering mengeluh, mencela, meremehkan apa pun dan siapa pun, tidak sanggup dan tidak pandai mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada orang lain.
- d. Cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain atau tidak diperhatikan, yang ditunjukkan dengan mereaksi seseorang sebagai musuh, tidak pernah mempersalahkan dirinya, menganggap dirinya sebagai korban sistim sosial.
- e. Pesimistis yang ditunjukkan dengan enggan bersaing untuk berprestasi

#### **E. Jenis – jenis Konsep Diri**

Menurut Calhoun dan Acocella (1995), konsep diri dalam perkembangannya terbagi dua, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif.

##### **1. Konsep diri positif**

Konsep diri positif menunjukkan adanya penerimaan diri dimana individu dengan konsep diri positif mengenal dirinya dengan baik sekali. Konsep diri yang positif bersifat stabil dan bervariasi. Individu yang memiliki

konsep diri positif dapat memahami dan menerima sejumlah fakta yang sangat bermacam-macam tentang dirinya sendiri sehingga evaluasi terhadap dirinya sendiri menjadi positif dan dapat menerima dirinya apa adanya. Individu yang memiliki konsep diri positif akan merancang tujuan-tujuan yang sesuai dengan realitas, yaitu tujuan yang memiliki kemungkinan besar untuk dapat dicapai, mampu menghadapi kehidupan di depannya serta menganggap bahwa hidup adalah suatu proses penemuan.

## 2. Konsep diri negatif

Calhoun dan Acocella (1995), membagi konsep diri negatif menjadi dua tipe, yaitu:

- a. Pandangan individu tentang dirinya sendiri benar-benar tidak teratur, tidak memiliki perasaan, kestabilan dan keutuhan diri. Individu tersebut benar-benar tidak tahu siapa dirinya, kekuatan dan kelemahannya atau yang dihargai dalam kehidupannya.
- b. Pandangan tentang dirinya sendiri terlalu stabil dan teratur. Hal ini bisa terjadi karena individu dididik dengan cara yang sangat keras, sehingga menciptakan citra diri yang tidak mengizinkan adanya penyimpangan dari seperangkat hukum yang dalam pikirannya merupakan cara hidup yang tepat.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua jenis konsep diri yang meliputi konsep diri positif dan konsep diri negatif.

## **F. Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang mendorong seseorang untuk membeli dan memiliki barang bukan berdasarkan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan untuk mencapai suatu kepuasan dalam diri individu sehingga terjadi pemborosan. Menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Adapun faktor internal dalam perilaku konsumtif adalah harga diri, motivasi, observasi, proses belajar, kepribadian, dan konsep diri. Sedangkan faktor eksternal perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan referensi serta keluarga. Perilaku konsumtif pada remaja ini sebenarnya dapat dimengerti karena remaja mudah terbujuk rayu iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan barang

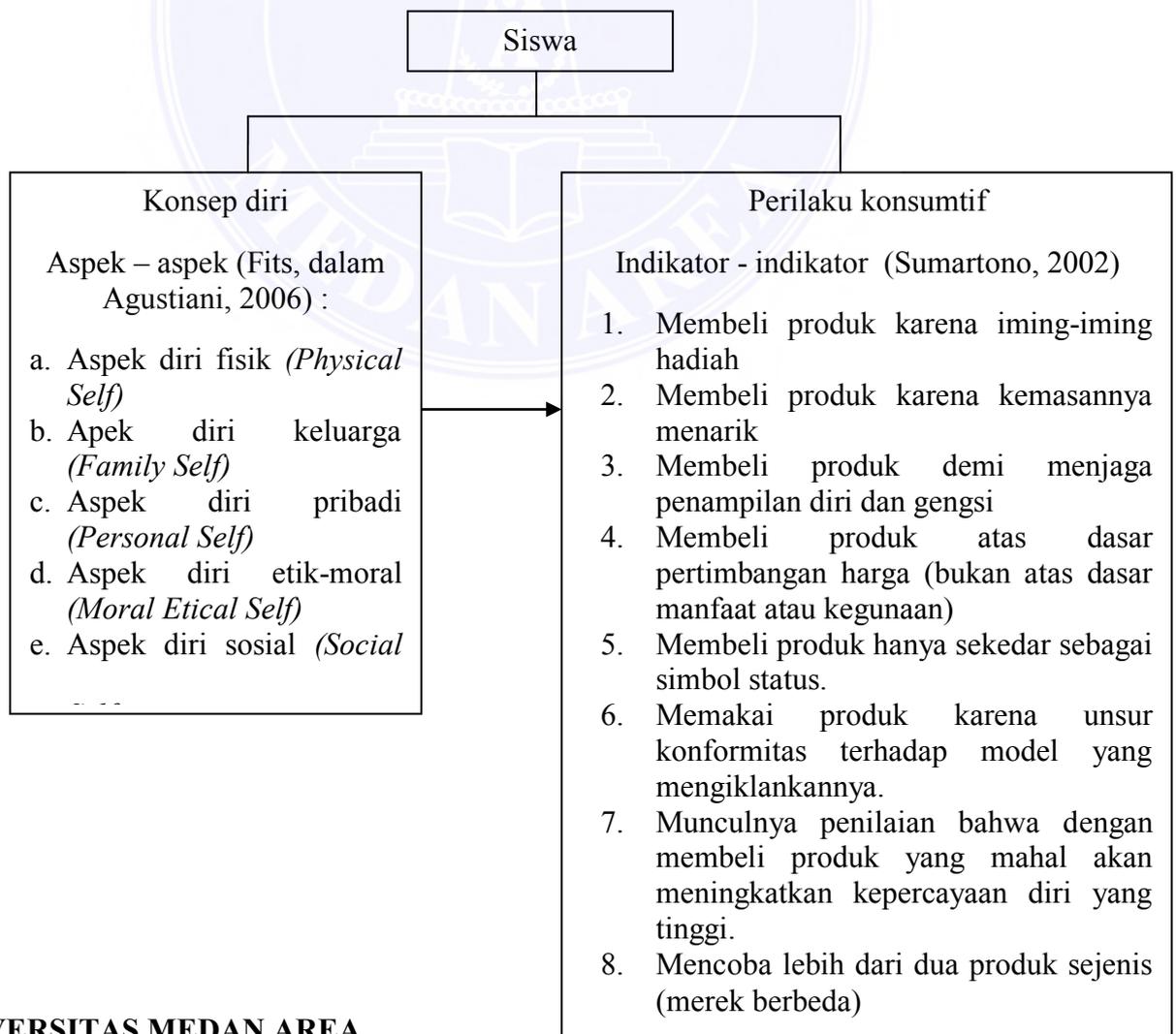
Menurut Sugiarto (Mangkunegara, 2009) beberapa karakteristik remaja yang mudah terpengaruh rayuan penjual, iklan, romantis, impulsif, dan mengikuti trend dapat membawa remaja pada perilaku membeli yang tidak wajar. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Lina & Rosyid (1997) yang menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang baru.

Penelitian yang dilakukan oleh Gumulya & Widiastuti (2013) menyatakan bahwa individu yang termasuk ke dalam kategori individu dengan konsep diri negatif yang lebih tinggi berperilaku konsumtif dibandingkan dengan individu yang termasuk dalam kategori konsep diri positif. Hal itu menunjukkan bahwa konsep diri negatif mempengaruhi perilaku konsumtif individu.

Prabowo (dalam Ajeng & Kuswardani, 2002) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian yang kaitannya langsung dengan kepribadian diantaranya konsep diri dan gaya hidup. Lebih lanjut Assael (dalam Ajeng & Kuswardani, 2002) mengatakan bahwa gaya hidup sebenarnya merupakan sebuah model kehidupan mengenai aktivitas, yaitu bagaimana remaja menggunakan waktu, minat yaitu apa yang menarik dari lingkungan, serta opini yaitu apa yang remaja pikirkan mengenai diri sendiri dan dunianya.

Maka dari uraian diatas dapat disimpulkan adanya hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif dalam pembelian *iPhone*.

### G. Kerangka Konseptual



## **H. Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA Harapan 1 Medan. Dengan asumsi semakin negatif konsep diri siswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin positif konsep diri siswa maka semakin rendah perilaku konsumtif.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang identifikasi variabel penelitian, defenisi operasional variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik sampel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data penelitian. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

#### A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Variabel bebas merupakan variabel yang variansnya diduga memengaruhi variabel terikat dan sebaliknya variabel terikat merupakan variabel yang variansnya dipengaruhi oleh varians variabel bebas.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*) : Konsep Diri (x)
2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*) : Perilaku konsumtif (y)

## **B. Defenisi operasional Variabel Penelitian**

Defenisi operasional merupakan suatu defenisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun defenisi operasional untuk menjelaskan variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Perilaku konsumtif**

Merupakan perilaku untuk menggunakan produk secara tidak tuntas, individu cenderung membeli barang atau jasa secara berlebihan atau tanpa batas dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan. Perilaku konsumtif diukur melalui aspek pembelian impulsif, pembelian tidak rasional dan pembelian boros atau berlebihan. Dalam hal ini siswa-siswi menggunakan iphone lebih dari satu. Data perilaku konsumtif diungkap melalui jumlah skor pada skala perilaku konsumtif dengan asumsi semakin tinggi jumlah skor maka semakin tinggi perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah jumlah skor maka semakin rendah perilaku konsumtif.

### **2. Konsep diri**

Merupakan suatu pandangan, pendapat, dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri yang berhubungan dengan cara pandang lingkungan terhadap dirinya baik itu secara fisik maupun psikologis. Konsep diri diukur melalui aspek diri fisik (*Physical Self*), diri keluarga (*family self*), diri pribadi (*personal self*), diri etik-moral (*moral etical self*), diri sosial (*social self*). Data konsep diri diungkap melalui jumlah skor

pada skala konsep diri dengan asumsi semakin tinggi jumlah skor maka semakin tinggi konsep diri, sebaliknya semakin rendah jumlah skor maka semakin rendah konsep diri.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMA kelas XI SMA Harapan 1 Medan dengan jumlah sebanyak 57 siswa. Pemilihan subjek dalam penelitian ini ditentukan sesuai data siswa-siswi yang menggunakan lebih dari satu iPhone dan diperoleh melalui observasi serta pembagian angket pra-survey.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling* yaitu menggunakan sampel secara keseluruhan.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, penelitian ini menggunakan dua macam skala yaitu: skala perilaku konsumtif dan skala konsep diri yang berupa beberapa pertanyaan yang dituang dalam bentuk skala psikologis yang akan diberikan langsung kepada responden.

#### **1. Skala ukur perilaku konsumtif**

Skala ukur perilaku konsumtif di susun berdasarkan indikator - indikator yang ada dalam perilaku konsumtif dengan menggunakan format

skala likert. Nilai skala setiap pernyataan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pernyataan dalam pilihan jawaban, yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian pada bagian *favourable* dihitung dari angka 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju) dan 1 (sangat tidak setuju). Penilaian pada bagian *unfavourable* bergerak dari angka 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju).

## 2. Skala ukur konsep diri

Skala ukur konsep diri di susun berdasarkan aspek-aspek konsep diri. Penelitian skala ini berdasarkan format skala likert. Nilai skala setiap pernyataan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (*favourable*) dan tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pernyataan dalam pilihan jawaban, yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian pada bagian *favourable* dihitung dari angka 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju) dan 1 (sangat tidak setuju). Penilaian pada bagian *unfavourable* bergerak dari angka 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju).

## E. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Kalau objek yang diteliti berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid (Sugiyono, 2008).

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008). Azwar (2007) menyatakan bahwa validitas konstruk yaitu tipe validitas yang menunjukkan sejauhmana tes mengungkap suatu *trait* atau konstruk teoritik yang hendak diukurnya. Untuk menguji validitas tiap-tiap aitem dalam instrumen digunakan teknik *product moment*.

Adapun rumus *product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara item dan total

$\sum XY$  = Jumlah perkalian nilai item dengan soal

$\sum X$  = Jumlah nilai masing-masing item

$\sum X$  = Jumlah nilai total

$N$  = Jumlah subjek

## 2. Reliabilitas

Azwar (2007) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya. Konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2007). Dalam penelitian ini reliabilitas dihitung dengan menggunakan teknik analisis reliabilitas dengan formula *alpha* dari Cronbach, dengan rumus:

$$r_n = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_n$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma t^2$  = varian total

Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas dengan rentang angka 0 sampai 1,00. Koefisien reliabilitas yang mendekati angka 1,00 berarti alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas yang tinggi, dan sebaliknya angka yang mendekati 0 berarti memiliki reliabilitas alat ukur yang rendah (Azwar, 2007).

## F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data, melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (dalam Sugiyono, 2008).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *product moment* dari *karl pearson*. Teknik ini dipakai karena teknik ini sebagai alat untuk mengukur hipotesis tentang hubungan dua variable.

*Product moment* rumusnya angka kasar dari *pearson*, yaitu mencari koefisien korelasi antara tiap butir dengan skor total, dimana rumusannya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}\right] \left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y^2)}{N}\right]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antar tiap butir dengan skor total

$\sum XY$  : jumlah hasil kali antar tiap butir dengan skor total

$\sum X$  : jumlah skor keseluruhan subjek untuk tiap butir

$\sum Y$  : jumlah skor keseluruhan butir pada subjek

$\sum X^2$  : jumlah kuadrat skor x

$\sum Y^2$  : jumlah kuadrat skor y

$N$  : jumlah subjek

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. 2001. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Surabaya: Penerbit Fajar Mulya
- Agustiani, H. 2006. *Psikologi Perkembangan*, Bandung: Refika Aditama.
- Ajeng, Nurul & Kuswardani, Istiana. 2002. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel pada Remaja*. Jurnal Psikologi. Universitas Setia Budi. Didownload pada tanggal 26 April 2016 pukul 12.45 Wib.
- Ayu, Ratih. 2009. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMU St. Thomas 1 Medan*. Skripsi. (Tidak diterbitkan). Medan. Universitas Medan Area.
- Azwar, S. 2007. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Calhoun, J & Acocella, J. 1995. *Psikologi tentang penyesuaian dan hubungan kemanusiaan*, Semarang: IKIP Semarang Press.
- Dariyo, A. 2007. *Psikologi Perkembangan*, Bandung: Refika Aditama
- Djamarah, Saiful Bahri. 2010. *Guru & Anak Didik dalam Interaksi Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendi, Kusno. 2004. *Hubungan antara Konsep Diri dan Kemampuan Verbal dengan Prestasi Belajar pada Siswa Kelas V Sekolah Dasar Muhammadiyah Sukonandi Yogyakarta*. Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan. *Humanitas : Indonesian Psychological Journal Vol.1 No.1 Januari 2004:26-31*. Didownload pada tanggal 27 April 2016 pukul 11.00 Wib.
- Ernawati & Irawani, 2013. *Hubungan Konsep Diri, dan Kecerdasan Emosi dengan Motivasi Belajar*. Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. *Jurnal Program Studi Magister Volume 5, no.1, juni 2013 : (16-21) issn: 2085=6601*. Dikutip pada tanggal 14 Mei 2016
- Gumulya, Jessica & Widiastuti, Mariyana. 2013. *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Volume 11 Nomor 1, Juni 2013*. Di download pada tanggal 18 Mei 2016
- Hurlock. 1989. *Psikologi Perkembangan : Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga
- Hurlock. 1999. *Psikologi Perkembangan : Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga.

- Lina & Rosyid. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. Jurnal Psikologika Ed.4. th. II*. Universitas Gajah Mada.
- Mangkunegara, Dr. A. Ahmad Prabu. 2009. *Perilaku konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama
- Nani. 2014. *Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pemakaian Gadget pada Siswa di Sekolah Harapan Mandiri Medan*. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi UMA (tidak dipublikasikan).
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Kominukasi*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya
- Rezeki, Maya. 2011. *Hubungan antara Konsep diri dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Kosmetik pada Siswi SMA di Medan*. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi UMA (tidak dipublikasikan).
- Sangadji, Etta & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumtif*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset
- Santrock, J.W. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Prenada Media Grup.
- Sobur, Alex. 2003 . *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suryani, Tatik 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- <http://repocity.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/4717/Bab%201.pdf.squence=9>(online) diakses pada tanggal 25 April 2016
- <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/viewfile/3048/1894> (online) diakses pada tanggal 27 April 2016
- <http://myblog:fenomena.blogspot.co.id/2013/12/fenomenasmartphone.html?m=1> *the fenomena of life: smartphone* (online) diakses pada tanggal 27 April 2016
- <http://inet.detik.com/read/2015/09/07/153847/3012243/317/meski-mahal-ini-alasan-iphone-tetap-laris> (online) diakses pada tanggal 24 Mei 2016
- <http://www.jagoangadget.com/2015/12/keunggulan-iphone-kenapa-harus-memilih.html> (online) diakses pada tanggal 20 Desember 2016

No.	Nama/ Inisial	SKALA KONSEP DIRI (X)																																		Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	
1	AS	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	1	3	3	114
2	RUZA	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	114	
3	SO	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	99	
4	RZ	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	99	
5	ANNISA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	101	
6	RAN	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103	
7	ARST	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	125
8	RIZKY	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	118	
9	RK	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	115	
10	BM	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	101	
11	RA	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	98
12	BMW	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	101	
13	ARY	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	100	
14	KPD	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	134	
15	KZ	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	115	
16	DS	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	114	
17	AM	4	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	4	2	3	4	117	
18	STW	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	95	
19	NANDA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	102	
20	NM	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	130	
21	LUNAR	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	99	
22	FHA	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	112	
23	AWAL	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	1	4	3	121	
24	BST	4	4	4	3	2	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	3	3	113	
25	SAP	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	115	
26	FU	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	98	
27	TMKA	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	116	
28	LPP	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4	110	
29	MH	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	1	3	3	114	
30	NPN	4	4	4	3	2	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	3	3	113	
31	AAN	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	100	

No.	Nama/ Inisial	SKALA KONSEP DIRI (X)																																		Total	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34		
32	FAIZAL	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	108	
33	KARIN	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	108		
34	FHN	4	4	4	3	2	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	3	3	4	113	
35	MK	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	98	
36	AH	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	129	
37	RAISA	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	115	
38	KHA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	134
39	FRA	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	98	
40	FIKRI	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	117	
41	MR	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	96	
42	SW	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	115	
43	ANF	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	100	
44	MP	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	115	
45	DINDA	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	2	113	
46	NNA	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	120	
47	SN	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	133	
48	ZALFA	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	116	
49	ADEYA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	133	
50	AGUNG	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	134	
51	BG	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	112	
52	FI	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	116	
53	KIM	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	2	2	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	2	2	2	2	4	4	4	3	3	1	1	1	95	
54	MAG	4	2	4	3	2	2	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	1	3	1	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	2	2	1	1	96	
55	NRF	4	2	4	1	1	2	1	2	3	4	4	3	4	4	4	1	1	4	2	4	4	2	3	4	3	1	4	2	4	1	1	1	1	87		
56	DAN	4	3	4	2	2	1	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3	2	4	1	4	4	2	3	4	2	2	4	3	4	2	2	1	2	2	94	
57	AMIRA	4	4	4	3	3	1	3	1	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	2	102	

No.	Nama/ Inisial	SKALA PERILAKU KONSUMTIF (Y)																								TOTAL		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		25	26
1	AS	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	1	3	3	3	3	1	3	2	3	57
2	RUZA	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	4	2	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	64	
3	SO	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	1	2	3	71
4	RZ	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	3	3	2	3	2	3	2	4	80
5	ANNISA	3	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	83
6	RAN	1	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	4	4	3	74
7	ARST	3	2	3	4	1	4	1	3	1	4	3	1	1	2	1	4	3	1	1	1	3	3	2	3	1	3	59
8	RIZKY	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	1	4	2	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	66
9	RK	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	69
10	BM	1	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3	2	3	1	2	2	2	2	59
11	RA	4	2	4	3	2	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	2	3	80
12	BMW	3	4	1	2	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	2	2	1	3	3	4	3	3	4	2	3	4	77
13	ARY	4	1	2	3	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	3	4	1	2	2	2	59
14	KPD	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	64
15	KZ	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	1	1	1	1	2	3	3	76
16	DS	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	1	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	58
17	AM	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	4	2	1	4	1	1	1	1	3	3	4	1	3	3	1	3	53
18	STW	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	1	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	79
19	NANDA	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	86
20	NM	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	1	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	58
21	LUNAR	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	75
22	FHA	2	2	3	3	1	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	1	4	2	2	2	3	3	59
23	AWAL	2	2	1	2	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	45
24	BST	2	2	4	4	3	3	3	4	4	1	1	2	2	3	3	2	4	1	3	3	3	2	2	2	2	4	69
25	SAP	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	83
26	FU	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	76
27	TMKA	2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	4	3	2	2	1	1	1	1	56
28	LPP	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	74
29	MH	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	66
No.	Nama/ Inisial	SKALA PERILAKU KONSUMTIF (Y)																								TOTAL		

No.	Nama Siswa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	TOTAL
30	NPN	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	85
31	AAN	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	1	2	3	71
32	FAIZAL	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	3	3	2	3	2	3	2	4	80
33	KARIN	3	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	83
34	FHN	1	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	4	4	3	74
35	MK	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	71
36	AH	3	1	2	2	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	3	1	3	3	3	45
37	RAISA	1	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	1	2	3	1	2	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	61
38	KHA	2	2	3	3	4	3	1	1	2	1	1	1	1	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	1	1	2	55
39	FRA	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	68
40	FIKRI	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	66
41	MR	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	4	2	1	3	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	42
42	SW	2	2	3	2	3	2	3	1	2	3	4	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	62
43	ANF	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	1	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	60
44	MP	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	64
45	DINDA	4	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	2	1	3	4	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	60
46	NNA	2	3	2	2	2	1	2	2	3	1	2	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	50
47	SN	2	2	1	2	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	45
48	ZALFA	2	2	4	4	3	3	3	4	4	1	1	2	2	3	3	2	4	1	3	3	3	2	2	2	2	4	69
49	ADEYA	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	1	3	3	3	3	1	3	2	3	57
50	AGUNG	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	64
51	BG	3	2	4	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	2	1	3	4	1	3	3	3	3	2	3	3	3	61
52	FI	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	1	2	3	71
53	KIM	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	3	3	2	3	2	3	2	4	80
54	MAG	3	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	83
55	NRF	1	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	4	4	3	74
56	DAN	1	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	4	4	3	74
57	AMIRA	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	71

## DATA IDENTITAS DIRI

Isilah data berikut ini sesuai dengan keadaan diri.

1. Nama / Inisial :
2. Usia :

## PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Bacalah pernyataan ini dengan baik dan teliti.

1. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri saudara yang sesungguhnya.
2. Berilah tanda centang ( $\checkmark$ ) pada salah satu alternative jawaban  
SS : bila saudara merasa SANGAT SETUJU dengan pernyataan tersebut.  
S : bila saudara merasa SETUJU dengan pernyataan tersebut.  
TS : bila saudara merasa TIDAK SETUJU dengan pernyataan tersebut.  
STS : bila saudara merasa SANGAT TIDAK SETUJU dengan pernyataan tersebut.
3. Apabila saudara keliru dan sudah terlanjur memberi tanda centang ( $\checkmark$ ) maka berilah tanda (x) pada jawaban yang keliru tersebut, kemudian beri tanda centang ( $\checkmark$ ) pada jawaban yang baru saudara pilih.
4. Saudara hanya diperbolehkan memilih satu jawaban pada setiap pernyataan.

Contoh:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya senang menggunakan produk iphone		$\checkmark$		

Tanda centang ( $\checkmark$ ) menunjukkan bahwa saudara setuju dengan pernyataan yang diajukan.

= SELAMAT MENGERJAKAN =

SKALA - A

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli iphone karena desainnya berbahan dasar kaca khusus				
2.	Saya merasa tidak senang jika iphone yang saya gunakan sama dengan teman				
3.	Saya membeli iphone menggunakan uang orangtua saya				
4.	Saya membeli iphone agar tampil berbeda				
5.	Saya membeli iphone model baru karena banyak artis yang menggunakan iphone tersebut				
6.	Saya membeli iphone agar tidak ketinggalan zaman				
7.	Saya merasa bangga jika menggunakan lebih dari satu iphone				
8.	Saya membeli iphone karna mendapatkan potongan harga				
9.	Saya membeli iphone karna desainnya simple				
10.	Saya tidak akan kecewa jika iphone saya sama dengan teman				
11.	Saya membeli iphone dengan menggunakan uang tabungan saya				
12.	Saya tampil apa adanya walaupun sudah memiliki iphone				
13.	Ketika membeli iphone terbaru saya mementingkan kegunaannya daripada desainnya				
14.	Saya tetap bangga walaupun hanya menggunakan satu iphone				
15.	Saya membeli iphone karena desainnya elegan				
16.	Ketika teman saya membeli iphone terbaru saya juga akan membelinya				
17.	Saya akan membeli iphone yang paling mahal				
18.	Saya suka mengoleksi berbagai model iphone				

19.	Saya mengganti model iphone ketika merasa bosan				
No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
20.	Ketika ada produk iphone yang terbaru saya akan langsung membelinya				
21.	Saya merasa ketinggalan zaman bila tidak memiliki iphone terbaru				
22.	Uang saya berlebih untuk membeli satu produk iphone				
23.	Saya membeli iphone yang sedang populer walaupun saya tidak membutuhkannya				
24.	Saya tidak akan membeli iphone terbaru walaupun teman-teman saya membelinya				
25.	Saya membeli iphone sesuai kebutuhan				
26.	Saya tidak suka mengganti-ganti iphone yang sudah ada				
27.	Saya tidak akan membeli iphone secara berlebihan				
28.	Walaupun saya menyukai produk iphone terbaru namun saya akan berpikir untuk membelinya				
29.	Saya membeli iphone ketika saya memiliki uang				
30.	Saya membeli iphone yang sedang populer karena model iphone tersebut memiliki aplikasi baru yang saya butuhkan				
31.	Uang saya hanya cukup untuk membeli satu iphone				
32.	Saya akan mempertimbangkan kualitas iphone terbaru sebelum saya membelinya				
33.	Ketika teman saya membeli iphone terbaru saya juga akan membelinya				

## DATA IDENTITAS DIRI

Isilah data berikut ini sesuai dengan keadaan diri.

3. Nama / Inisial :
4. Usia :

## PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Bacalah pernyataan ini dengan baik dan teliti.

5. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri saudara yang sesungguhnya.
6. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu alternative jawaban  
SS : bila saudara merasa SANGAT SETUJU dengan pernyataan tersebut.  
S : bila saudara merasa SETUJU dengan pernyataan tersebut.  
TS : bila saudara merasa TIDAK SETUJU dengan pernyataan tersebut.  
STS : bila saudara merasa SANGAT TIDAK SETUJU dengan pernyataan tersebut.
7. Apabila saudara keliru dan sudah terlanjur memberi tanda centang (✓) maka berilah tanda (x) pada jawaban yang keliru tersebut, kemudian beri tanda centang (✓) pada jawaban yang baru saudara pilih.
8. Saudara hanya diperbolehkan memilih satu jawaban pada setiap pernyataan.

Contoh:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya senang menggunakan produk iphone		✓		

Tanda centang (✓) menunjukkan bahwa saudara setuju dengan pernyataan yang diajukan.

= SELAMAT MENGERJAKAN =

SKALA - B

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa diri saya menarik				
2.	Saya bersyukur masih diberi kesehatan				
3.	Orangtua dapat menerima kekurangan saya				
4.	Apabila saya mendapat kesulitan orangtua membantu saya				
5.	Saya mengakui ketidakmampuan saya mengerjakan sesuatu yang memang sulit				
6.	Saya merasa canggung apabila berada dilingkungan yang baru				
7.	Saya tidak peduli dengan perasaan orang lain yang penting saya bahagia				
8.	Saya bersedia menyibukkan diri dengan berbagai kegiatan sosial dilingkungan sekolah				
9.	Saya merasa iri bila teman saya membeli sesuatu terbaru				
10.	Saya tidak pernah lupa untuk beribadah				
11.	Saya menjaga perkataan saya agar tidak menyinggung perasaan orang lain				
12.	Saya merasa diri saya tidak menarik				
13.	Saya merasa pesimis dengan kekurangan saya				
14.	Saya merasa terabaikan didalam keluarga saya				
15.	Orangtua ingin saya menyelesaikan masalah sendiri				
16.	Saya merasa malu untuk mengakui kelemahan diri sendiri				
17.	Saya merasa tidak nyaman bila berada dilingkungan yang baru				
18.	Saya akan mempertimbangkan perasaan orang lain				
19.	Saya merasa sulit mengikuti kegiatan sosial				
20.	Saya tidak iri walaupun teman saya membeli sesuatu				

	terbaru				
21.	Saya lupa beribadah ketika ada musibah				
No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
22.	Saya tidak mau tahu perasaan orang lain yang penting saya merasa senang				
23.	Saya berani tampil didepan umum dengan keadaan saya sekarang				
24.	Saya merasa diri saya cantik/tampan				
25.	Saya bangga dengan keluarga saya yang mengerti diri saya				
26.	Saya merasa paling disayang dalam keluarga				
27.	Saya tidak merasa minder karena kekurangan saya				
28.	Saya menjaga hubungan baik sesama teman				
29.	Saya akan menuruti saran teman saya untuk hal-hal baru				
30.	Saya segera memohon ampun kepada Tuhan ketika saya berbuat salah				
31.	Saya berusaha menghindar ketika diminta tampil didepan umum				
32.	Saya merasa diri saya tidak secantik/tampan dari teman saya				
33.	Orangtua saya menyayangi seluruh anggota keluarga				
34.	Saya akan mempertimbangkan perasaan orang lain				
35.	Saya akan mempertimbangkan saran dari teman				
36.	Beribadah dilakukan sebaiknya disaat kita melakukan kesalahan				
37.	Daripada dijauhi teman saya mengikuti ajakan teman				

# UJI VALIDITAS & RELIABILITAS

## Scale: KONSEP DIRI

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	57	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	57	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	37

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	116.58	149.391	.550	.935
VAR00002	116.46	153.860	.304	.937
VAR00003	116.82	147.147	.525	.936
VAR00004	116.19	150.801	.545	.935
VAR00005	116.65	149.053	.663	.934
VAR00006	116.46	146.360	.624	.934

VAR00007	116.51	145.469	.602	.935
VAR00008	116.21	148.598	.600	.935
VAR00009	116.49	146.004	.608	.935
VAR00010	116.28	149.277	.660	.935
VAR00011	116.21	150.455	.570	.935
VAR00012	116.68	149.898	.630	.935
VAR00013	116.74	149.662	.664	.935
VAR00014	116.33	149.440	.510	.936
VAR00015	116.44	151.643	.375	.937
VAR00016	116.33	146.976	.675	.934
VAR00017	116.30	145.642	.765	.933
VAR00018	116.44	145.072	.672	.934
VAR00019	116.58	152.248	.467	.936
VAR00020	116.72	148.670	.517	.936
<b>VAR00021</b>	<b>116.51</b>	<b>154.469</b>	<b>.266</b>	<b>.937</b>
VAR00022	116.68	151.684	.389	.937
VAR00023	116.56	149.822	.620	.935
<b>VAR00024</b>	<b>116.86</b>	<b>154.373</b>	<b>.168</b>	<b>.939</b>
VAR00025	116.58	152.248	.467	.936
VAR00026	116.40	148.102	.580	.935
VAR00027	116.58	149.391	.550	.935
VAR00028	116.46	153.860	.304	.937
VAR00029	116.82	147.147	.525	.936
VAR00030	116.19	150.801	.545	.935
VAR00031	116.65	149.053	.663	.934

VAR00032	116.46	146.360	.624	.934
VAR00033	117.65	153.696	.178	.939
VAR00034	116.74	146.733	.650	.934
VAR00035	116.74	145.590	.644	.934
VAR00036	116.44	151.643	.375	.937
VAR00037	116.68	151.684	.389	.937

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
119.79	157.669	12.557	37

## UJI VALIDITAS & RELIABILITAS

### Scale: PERILAKU KONSUMTIF

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	57	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	57	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	33

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	67.79	145.205	.405	.891
VAR00002	68.51	140.254	.601	.887
<del>VAR00003</del>	<del>67.19</del>	<del>154.516</del>	<del>-.128</del>	<del>.900</del>
VAR00004	68.35	140.089	.608	.887
VAR00005	68.72	145.277	.398	.891
VAR00006	68.25	140.831	.538	.888
VAR00007	68.54	141.324	.581	.887
<del>VAR00008</del>	<del>68.18</del>	<del>157.254</del>	<del>-.232</del>	<del>.904</del>
<del>VAR00009</del>	<del>68.63</del>	<del>147.273</del>	<del>.287</del>	<del>.892</del>
VAR00010	68.63	141.130	.593	.887
<del>VAR00011</del>	<del>67.75</del>	<del>152.260</del>	<del>-.014</del>	<del>.898</del>
VAR00012	68.63	144.701	.461	.890
VAR00013	68.56	145.822	.327	.892
VAR00014	68.65	145.232	.462	.890
<del>VAR00015</del>	<del>67.42</del>	<del>147.855</del>	<del>.226</del>	<del>.894</del>
VAR00016	68.51	138.862	.607	.886

VAR00017	68.44	138.965	.550	.888
VAR00018	68.46	140.181	.564	.887
VAR00019	68.47	138.647	.650	.886
VAR00020	68.56	137.393	.659	.885
VAR00021	68.49	140.933	.611	.887
VAR00022	68.21	144.812	.422	.890
VAR00023	68.54	140.610	.621	.887
VAR00024	68.11	146.096	.360	.891
VAR00025	68.58	144.141	.521	.889
VAR00026	68.25	143.867	.488	.889
VAR00027	68.42	142.998	.478	.889
VAR00028	68.35	144.053	.412	.890
VAR00029	68.39	141.920	.480	.889
VAR00030	68.26	147.876	.241	.893
VAR00031	68.07	146.816	.278	.893
VAR00032	68.56	144.001	.494	.889
VAR00033	68.68	141.291	.652	.887

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
70.47	152.647	12.355	33

# UJI NORMALITAS SEBARAN

## NPar Tests

### Notes

	Output Created		
	Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		57
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.	
	Syntax	NPAR TESTS  /K-S(NORMAL)=X Y  /STATISTICS DESCRIPTIVES  /MISSING ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		0:00:00.000
	Elapsed Time		0:00:00.005
	Number of Cases Allowed <sup>a</sup>		157286

**Notes**

	Output Created		
	Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		57
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.	
	Syntax	NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=X Y /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.	
Resources	Processor Time		0:00:00.000
	Elapsed Time		0:00:00.005
	Number of Cases Allowed <sup>a</sup>		157286

a. Based on availability of workspace memory.

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Konsep Diri	57	110.58	11.799	87	134
Perilaku Konsumtif	57	67.04	11.078	42	86

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Konsep Diri	Perilaku Konsumtif
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	N	57	57
	Mean	110.58	67.04
	Std. Deviation	11.799	11.078
Most Extreme Differences	Absolute	.135	.086
	Positive	.135	.058
	Negative	-.109	-.086
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.018	.650
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.251	.792

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

# UJI LINIERITAS

## Model Description

Model Name		MOD_53
Dependent Variable	1	Perilaku Konsumtif
Equation	1	Linear
Independent Variable		Konsep Diri
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

## Case Processing Summary

	N
Total Cases	57
Excluded Cases <sup>a</sup>	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

**Variable Processing Summary**

		Variables	
		Dependent	Independent
		Perilaku Konsumtif	Konsep Diri
	Number of Positive Values	57	57
	Number of Zeros	0	0
	Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0	0
	System-Missing	0	0

**Perilaku Konsumtif**

**Linear**

**Model Summary**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.533	.284	.271	9.458

The independent variable is Konsep Diri.

**ANOVA**

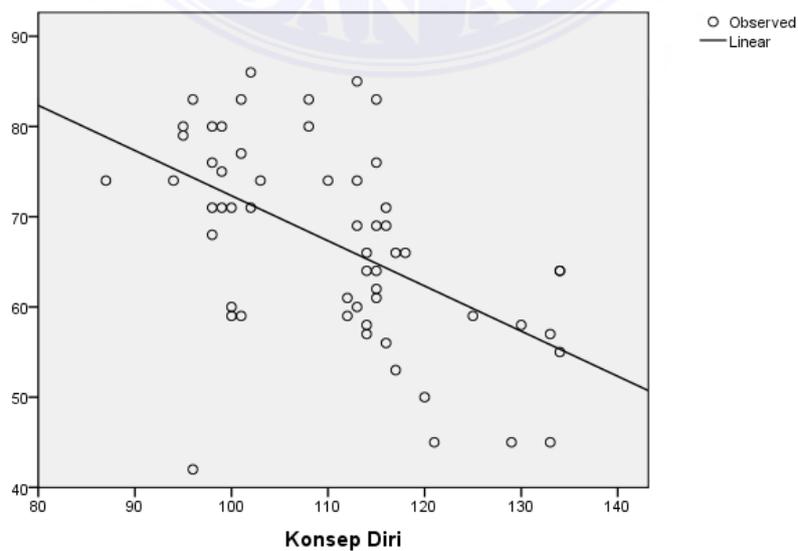
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1952.186	1	1952.186	21.824	.000
Residual	4919.744	55	89.450		
Total	6871.930	56			

The independent variable is Konsep Diri.

**Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konsep Diri	-.500	.107	-.533	-4.672	.000
(Constant)	122.370	11.911		10.274	.000

**Perilaku Konsumtif**



## UJI KORELASI

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Konsep Diri	110.58	11.799	57
Perilaku Konsumtif	67.04	11.078	57

### Correlations

		Konsep Diri	Perilaku Konsumtif
Konsep Diri	Pearson Correlation	1	-.533**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	57	57
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I: Jl. Kolam No. 1 Medan Estate, Telp. (061)7366878, 7360168, 7364848, 7366781. Fax. (061)7366998  
Kampus II: Jl. Sei Serayu No. 70 A / Jl. Setia Budi No. 70 B Telp. (061) 8201994, Fax. (061)8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website: uma.ac.id

Nomor : 465 /FPSI/01.10/IV/2017  
Lampiran : -  
Hal : Pengambilan Data

Medan, 10 April 2017

Yth, Kepala Sekolah SMA Harapan 1 Medan  
Jl. Imam Bonjol No.32 Medan  
Di  
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Syafriani  
NPM : 12 860 0314  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Untuk melaksanakan pengambilan data di SMA Harapan 1 Medan Jl. Imam Bonjol No.32 Medan guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Iphone Pada Siswa SMA Harapan 1 Medan*".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di Sekolah yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Zuldi Budiman, S.Psi. M.Psi

Tembusan

- Mahasiswa Ybs



YAYASAN PENDIDIKAN HARAPAN  
**SMA HARAPAN**  
PERINGKAT AKREDITASI: A (AMAT BAIK)

Jln. Imam Bonjol No. 35 Kelurahan Jati, Kecamatan Medan Maimun - Medan 20152  
Telp. 4515 661 Fax (061) 4573 932. Url : <http://www.harapan.ac.id> E-mail : [smaharapan1@harapan](mailto:smaharapan1@harapan)

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 576/F/SMA.YP - Har/IV/2017

Yang bertandatangan di bawah ini, *Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) Harapan Medan*, Jalan. Imam Bonjol. No. 35. Medan Maimun, Medan, menerangkan bahwa :

**N a m a** : Syafriani  
**NIM** : 12 860 0314  
**Program Studi** : Ilmu Psikologi

Telah selesai melaksanakan pengambilan data di SMA Swasta Harapan 1 Medan, untuk penyusunan skripsi dengan Judul " *Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Iphone Pada Siswa SMA Harapan 1 Medan* ".

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 18 April 2017

Kepala SMA Harapan Medan

