

Motto

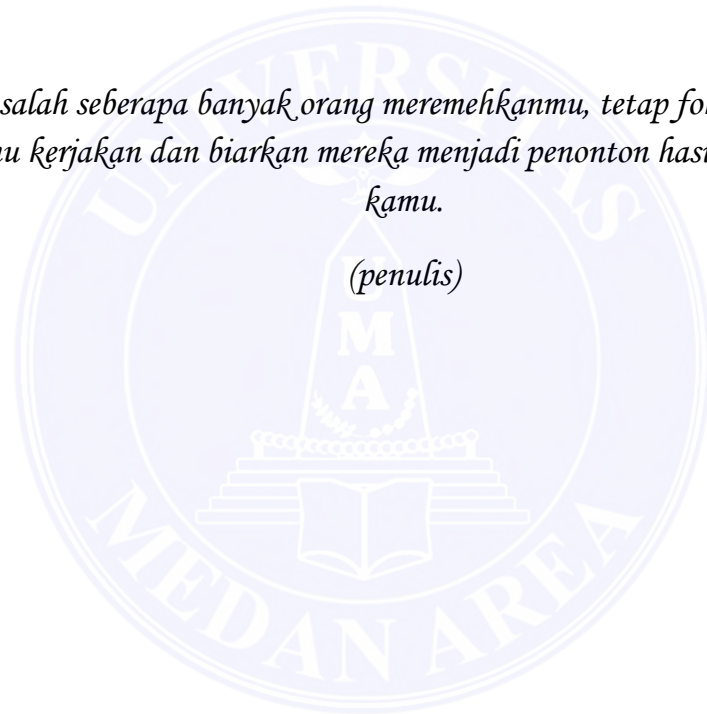
Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti. Menarilah bagaikan tak seorang pun menonton (Martin Luther King)

Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai

(Aldux Huxley)

Tak masalah seberapa banyak orang meremehkanmu, tetap fokus dengan apa yang kamu kerjakan dan biarkan mereka menjadi penonton hasil dari kesuksesan kamu.

(penulis)



Persembahan

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Allah yang Maha Esa, nan Maha

Agung

Atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu

dan beriman.

Semoga anugerahmu ini menjadi langkah awal bagiku untuk menggapai

anganku

Teruntuk Ibu terimakasih atas doa, semangat, dan cinta kasih yang tak punya

takaran untuk dapat di takar..

Terimakasih untuk terus menyebut namaku di dalam doa mu...

Teruntuk Alm. Ayahku, terimakasih atas kerja kerasmu yang telah

memberikan pendidikan yang layak

Teruntuk saudara-saudaraku, Ichsan, dan Andri terima kasih senantiasa

memberi support dan perhatian tanpa akhir..

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua yang selalu di belakang saya

Semoga kita selalu dalam lindungan dan kasih sayang Allah SWT...Amin

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum Wr..Wb,Alhamdulillahirabbil'alamin atas, segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas ridho-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Hubungan Gaya Hidup *Brand Minded* dengan Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* Pada Remaja Putri di SMA Harapan 1 Medan”. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan dunia dan akhirat. Proses penyusunan ini tidak sekedar pemenuhan tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh derajat kesarjanaan Strata 1, namun lebih pada suatu proses untuk memperluas wawasan, memperkaya batin dan menambah bekal peneliti dalam menghadapi masa depan.

Terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti haturkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam terwujudnya skripsi ini :

1. Yayasan H. Agus Salim Universitas Medan Area
2. Bapak Prof. Dr. H. Ali yakub Matondang M.A selaku rector Universitas Medan Area
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir selaku dekan fakultas Psikologi Universitas Medan Area
4. Ibu Istiana S.Psi, M.pd selaku pembimbing I yang senantiasa membimbing dari awal proposal hingga selesai penyusunan skripsi ini memberikan motivasi kepada peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Ibu Farida Hanum S.Psi, M.Psi selaku pembimbing II yang

5. senantiasa memberikan arahan saran dan bimbingan guna penyempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Rahma Fauzia S.Psi, M.Psi, selaku sekretaris pada seminar proposal. Terima kasih atas kesediaan waktu dan saran-saran yang telah Ibu berikan kepada peneliti.
7. Ibu Nurmaida Irwani Srg, S.Psi, M.Psi, selaku sekretasi pada sidang. Terima kasih atas kesedian waktu dan saran – saran yang telah Ibu berikan kepada peneliti.
8. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah mengajarkan peneliti banyak hal mengenai Psikologi selama peneliti berkuliah.
9. Seluruh Staff Tata Usaha fakultas Psikologi Universitas Medan Area : Bang Mimi, Bang Agus, Pak Janer, Kak lili, Kak fida yang juga banyak membantu peneliti dalam urusan administrasi.
10. Teruntuk Kepala Sekolah SMA Harapan 1 Medan, Bapak Anwar, terima kasih telah bersedia mengijinkan saya untuk melakukan penelitian.
11. Teruntuk Ibunda Nursanti terima kasih atas doa, semangat, dan cinta kasih yang tak terhingga. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya. Terima kasih juga buat dukungan finansial selama Fahri kuliah.
12. Teruntuk Alm. Ayahanda Maurits Sjored Lee Wijaya terima kasih sudah memberikan fahri pendidikan yang layak dari kecil.

13. Buat saudara – saudara kandung, Ichsan, dan Bang Andri terima kasih atas dukungannya sampai sekarang ini, sehingga Fahri bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

14. Buat teman-teman seperjuangan di kampus, Bagus, Enkri, Andy, Dika, Joel, Vina, Fahri Ramadhan dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini, terima kasih sudah saling berbagi selama empat tahun terakhir, terima kasih atas kerja samanya.

15. Teruntuk Willy Computer, terima kasih sudah memberikan jasa print terdekat dengan kampus.

Akhirnya semoga Allah SWT sebaik-baik pemberi balasan, membalas segala amal yang telah diberikan dan memberikan limpahan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin

Medan, 26 Juli 2016

M.Fachri Rizky W

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Hubungan Gaya Hidup *Brand Minded* dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk *Fashion* Pada Remaja Putri di SMA Harapan 1 Medan”.

Dalam menyelesaikan proposal penelitian ini mengalami kesulitan, akan tetapi berkat bantuan dari dosen pembimbing akhirnya peneliti dapat menyelesaikan proposal ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada Istiana S.Psi, M.Pd, M.Psi dan Farida Hanum S.Psi, M.Psi

Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan proposal ini.

Medan, 26 Juli 2016

M.Fachri Rizky Wijaya

Daftar Isi

Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Ucapan Terima Kasih	vi
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Abstrak	xiv
Bab I : Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
Bab II : Tinjauan Pustaka	9
A. Remaja	9
1. Pengertian Masa Remaja	9
2. Pengertian Remaja	10
3. Tugas Perkembangan Masa Remaja	11
4. Ciri – Ciri Masa Remaja	12
5. Tahap Perkembangan Remaja	15
B. Perilaku Konsumtif	18
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	18
2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	19
3. Indikator Perilaku Konsumtif	21
4. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif	23
C. Gaya Hidup	24

1. Pengertian Gaya Hidup	24
2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	25
3. Dimensi Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	29
4. Pendekatan Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	31
D. Hubungan Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pakaian Pada Remaja Putri	35
E. Kerangka Konseptual	37
F. Hipotesis Penelitian	38
Bab III : Metodologi Penelitian	39
A. Tipe Penelitian.....	39
B. Identifikasi Variabel	39
C. Definisi Operasional	39
D. Subjek Penelitian	41
1. Populasi	41
2. Sampel	41
3. Teknik Pengambilan Sampel	42
E. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Metode Skala	42
F. Validitas dan Realiabilitas Data	45
1. Validitas	45
2. Realiabilitas	45
G. Hasil Uji Coba Alat Ukur	46
1. Hasil Uji Coba Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	46
2. Hasil Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif	46
H. Prosedur Penelitian	46
1. Persiapan Penelitian	46
2. Pelaksanaan Penelitian	48
3. Tahap Pengolahan Data	48
I. Analisis Data	48
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Linearitas	49
Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan	50

A. Orientasi Kancan Penelitian	50
1. Sejarah Yayasan Pendidikan Harapan Medan	50
2. Visi dan Misi	51
3. Uang SPP SMA Harapan 1 Medan	51
4. Gambaran Uang Saku Remaja Putri SMA Harapan 1 Medan	51
B. Persiapan Penelitian	52
1. Persiapan Administrasi	52
2. Persiapan Alat Ukur Penelitian	53
C. Pelaksanaan Penelitian	55
1. Hasil Uji Coba Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	56
2. Hasil Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif	57
D. Hasil Penelitian	59
1. Uji Asumsi	59
2. Hasil Perhitungan Analisis Data <i>Person Product Moment</i>	61
3. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	62
E. Pembahasan	65
Bab V : Penutup	69
A. Simpulan	69
B. Saran	70
1. Saran Kepada Remaja Putri	70
2. Saran Kepada Orang Tua	70
3. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya	70
Daftar Pustaka	72
Lampiran	75

Daftar Tabel

Tabel 1. Gambaran Uang Saku Remaja Putri Yang Menjadi Sampel Penelitian di SMA HARAPAN 1 Medan Per Bulan	51
Tabel 2. Distribusi Penyebaran Aitem Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> Sebelum Uji Coba	53
Tabel 3. Distribusi Penyebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba	54
Tabel 4. Distribusi Penyebaran Aitem Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> Setelah Uji Coba	57
Tabel 5. Distribusi Penyebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	58
Tabel 6. Hasil Perhitungan Uji Normalitas	60
Tabel 7. Hasil Perhitungan Uji Linearitas	61
Tabel 8. Perhitungan <i>r Pearson Product Moment</i>	62
Tabel 9. Hasil Perhitungan Nilai Rata – Rata Hipotetik dan Nilai Rata – Rata Empirik ..	63