

**PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI  
KEPRIBADIAN PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA PADA MASA PANDEMIK COVID 19**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi  
Universitas Medan Area*

**OLEH :  
WIRA PRATIWI  
168600385**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**JUDUL SKRIPSI** : PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF  
DITINJAU DARI KEPERIBADIAN PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA PADA MASA  
PANDEMIK COVID 19

**NAMA MAHASISWA** : WIRA PRATIWI

**NO. STAMBUK** : 16.860.0385

**BAGIAN** : PSIKOLOGI PERKEMBANGAN

**MENYETUJUI :**  
Komisi Pembimbing

Pembimbing

(Laili Alfita, S.Psi.MM.M.Psi, Psikolog)

**MENGETAHUI :**

Kepala Bagian

(Dinda Permatasari Harahap, S.Psi, M. Psi)

Dekan

(Hasanudin, PhD)

**Tanggal Sidang**

**11 Juli 2022**

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

11 Juli 2022

MENGESAHKAN  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN  
AREA



DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. **Farida Hanum Siregar S.Psi, M.Psi**
2. **Laili Alfita, S.Psi. MM. M.Psi**
3. **Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi**
4. **Cut Sarah, S.Psi, M.Psi,**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 11 Juli 2022



  
Wira Pratiwi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wira Pratiwi  
NPM : 16.860.0385  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan

Yang menyatakan



(Wira Pratiwi)

## **Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19**

Wira Pratiwi  
16.860.0385

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Perilaku konsumtif adalah adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan karena adanya kebutuhan, melainkan karena adanya suatu keinginan yang ingin dicapai individu. Penelitian ini mengacu pada metode kuantitatif dengan analisis uji beda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 orang. pengambilan sample dengan teknik purposive sampling. Teknik pengambilan data dengan model skala likert melalui skala perilaku konsumtif. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis varians 1 jalur. Berdasarkan hasil perhitungan dari Analisis varian 1 jalur, diketahui terdapat Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian, dengan asumsi bahwa tipe kepribadian ekstrovert memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dibandingkan tipe kepribadian introvert. Hasil ini diketahui dengan melihat nilai atau koefisien perbedaan dengan koefisien  $F = 338,200$  dengan  $p = 0.000, < 0,010$ . Hasil dalam penelitian ini adalah hipotesis diterima.

**Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Tipe Kepribadian, Mahasiswa**

## ***The Differences in Consumptive Behavior in View of Student Personality Types During the Covid 19 Pandemic***

Wira Pratiwi  
16.860.0385

### **Abstract**

*This study aims to determine the differences in consumptive behavior in terms of personality types of students of the Faculty of Economics, Medan Area University. Consumptive behavior is a pattern of life of a person or society that is excessively synonymous with luxury. The research method uses a quantitative approach. The number of samples in this study amounted to 90 people. Sampling technique with purposive sampling technique. The data collection technique uses a Likert scale model through a consumptive behavior scale. Data analysis in this study used 1-way analysis of variance. Based on the results of the calculation of the 1-way analysis of variance, it is known that there are differences in consumptive behavior in terms of personality type, assuming that the extroverted personality type has high consumptive behavior compared to the introverted personality type. This result is known by looking at the value or coefficient of difference with a coefficient of  $F = 338,200$  with  $p = 0.000, < 0.010$ . Based on these results, it means that the proposed hypothesis which reads that there is a difference is accepted.*

**Keywords:** *Consumptive Behavior, Personality Type, Student*

### **Motto**

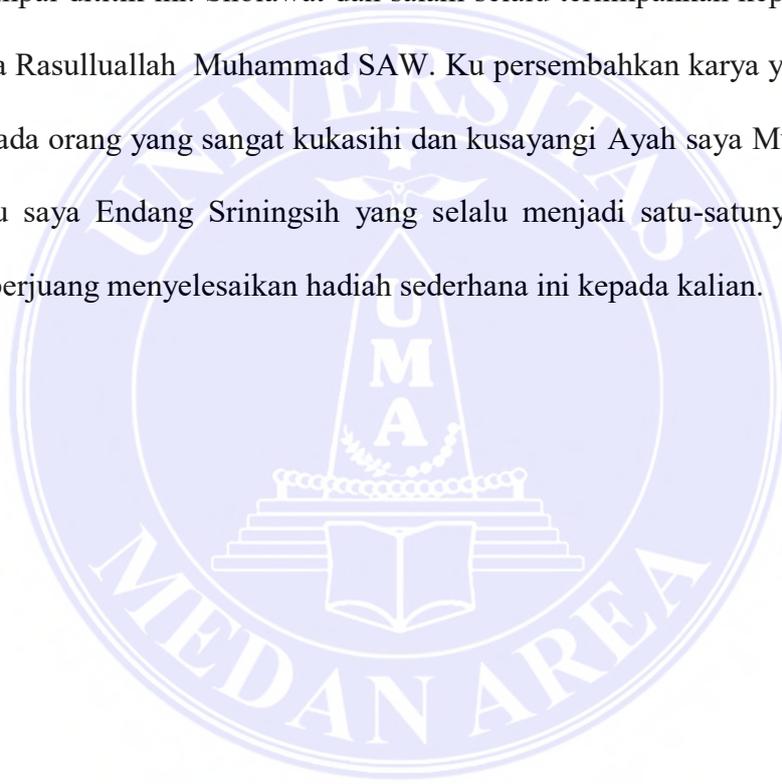
*“”Biarkan Allah yang mengatur dan menjadi perantara kehidupanmu, tugasmu hanya berdoa dan berusaha. Dan jangan biarkan ekspetasi membunuhmu ketika sesuatu tidak sesuai dengan rencanamu, karena sebaik-baiknya rencana adalah rencana Allah SWT”*



## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang memberi kekuatan, fikiran, serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas nikmat dan kemudahan yang Allah SWT berikan akhirnya saya bisa sampai dititik ini. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan baginda Rasulluallah Muhammad SAW. Ku persembahkan karya yang sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi Ayah saya Mulyadi, S.Kom dan Ibu saya Endang Sriningsih yang selalu menjadi satu-satunya alasan saya untuk berjuang menyelesaikan hadiah sederhana ini kepada kalian.



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirraahim

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam hal ini peneliti telah banyak menerima bantuan serta bimbingan maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA selaku ketua yayasan pendidikan Haji Agus Salim.
2. Bapak Prof. Dr. Dandan Ramadhan M. Eng.Msc selaku rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Hasanuddin,Ph.D selaku dekan fakultas psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Laili Alfita S.Psi, M.M, M.Psi, Psikolog selaku wakil dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area sekaligus selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk membantu saya dan banyak memberikan masukan dan motivasi, dan selalu sabar dalam membimbing saya.
5. Bapak Syafrizaldi S.Psi, M.Psi selaku pembanding saya dalam seminar proposal hingga sidang meja hijau, yang telah memberikan masukan dan saran.

6. Ibu Farida Hanum Siregar S.Psi, M.Psi selaku Ketua sidang meja hijau, terimakasih ibu sudah bersedia memberikan ilmu yang bermanfaat untuk kesempurnaan penelitian ini.
7. Ibu Cut Sarah, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku sekretaris pada dalam seminar hingga sidang meja hijau, terimakasih ibu sudah bersedia memberikan ilmu yang bermanfaat untuk kemajuan penelitian saya
8. Ibu Dinda Permatasari Harahap S.Psi, M.Psi Psikolog, selaku ketua bagian Psikologi Perkembangan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
9. Terimakasih kepada kepada pegawai Fakultas Psikologi yang telah membantu memberikan informasi dan mempermudah dalam proses administrasi menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih sebesar-besarnya yang tidak bisa saya ungkapkan untuk kedua orang tua, Mamak dan Bapak yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya kepada saya, selalu memanjatkan doa untuk saya, dan selalu memberikan bantuan materi yang saya butuhkan demi terselesainya skripsi ini. Mamak dan Bapak adalah bentuk kasih sayang tuhan yang nyata untuk saya, Semoga Mamak dan Bapak selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Terimakasih kepada, Masku Satrio Utomo Nuswantoro SH dan adikku Wahyu Agung Sudrajat, yang selalu memberikan pundak untuk saya bersandar, selalu menyediakan telinga untuk mendengar keluh kesahku, serta memberikan bantuan saat aku membutuhkannya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.

12. Terimakasih kepada kedua sahabat terbaikku Nilam Ramadhayanti Mutiara S.Psi dan Fanny Anggraini S.Psi yang selalu memotivasi saya untuk menyelesaikan tugas-tugas kuliah, selalu memberikan dukungan dan semangat, selalu menjadi pendengar yang baik. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian
13. Terimakasih kepada teman seperjuangan saya khususnya teman-teman di kelas psikologi RegB3, yang telah menemani, mengisi hari-hari saya sebmasa kuliah, selalu berbagi keceriaan, keluh kesah, dan saling mendukung, berkat semangat kalian lah akhirnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini , semoga Allah membalas kebaikan kalian.
14. Terimakasih kepada kakak senior saya juga selaku Coach saya yang telah banyak memberikan bantuan dan saran sehingga terselesaikannya tugas akhir saya ini.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VI</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>VIII</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>IX</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>A. Mahasiswa .....</b>	<b>10</b>
1. Pengertian Mahasiswa .....	10
2. Tugas Dan Kewajiban Mahasiswa.....	10
<b>B. Perilaku Konsumtif .....</b>	<b>12</b>
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	12
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	14

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	22
4. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif .....	26
C. Kepribadian .....	31
1. Pengertian Kepribadian.....	31
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepribadian .....	32
3. Aspek Kepribadian .....	35
4. Karakteristik Kepribadian.....	36
5. Tipe Kepribadian .....	38
a. Kepribadian Introvert.....	38
b. Kepribadian Ekstrovert .....	40
D. Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari Tipe Kepribadian .....	45
E. Kerangka Konseptual .....	50
F. Hipotesis .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
A. Tipe Penelitian.....	52
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	52
C. Definisi Operasional Variabel .....	53
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	54
1. Populasi.....	54
2. Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3. Sampel .....	55
E. Teknik Pengumpulan Data .....	55
F. Validitas dan Reliabilitas.....	56
1. Validitas .....	56
2. Reliabilitas .....	57
G. Analisis Data .....	57
1. Uji Normalitas.....	58
2. Uji Homogenitas .....	58

<b>BAB IV</b>	<b>LAPORAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
	A. Orientasi Kancan Penelitian .....	60
	B. Persiapan Penelitian.....	61
	1. Persiapan Administrasi .....	61
	2. Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	61
	C. Pelaksanaan Penelitian .....	63
	D. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	63
	E. Uji Asumsi.....	66
	1. Uji Normalitas Sebaran.....	66
	2. Uji Homogenitas Varians.....	66
	3. Hasil Perhitungan analisis varians 1 jalur.....	67
	4. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik .....	67
	F. Pembahasan .....	68
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>74</b>
	A. Simpulan.....	74
	B. Saran .....	74
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I	Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Sebelum Uji Coba.....	62
Tabel II	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Setelah uji coba.....	65
Tabel III	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran .....	66
Tabel IV	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Homogenitas Varians .....	67
Tabel V	Rangkuman Hasil Analisis Varians 1 Jalur .....	67
Tabel VI	Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik .....	68

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Mahasiswa adalah salah satu bagian dari civitas akademika pada perguruan tinggi yang merupakan calon pemimpin bangsa di masa yang akan datang. Untuk itu diharapkan mahasiswa perlu memiliki cara pandang yang baik, jiwa, kepribadian serta mental yang sehat dan kuat. Sebagian mahasiswa masuk ke dalam kategori remaja akhir yaitu 18 tahun, dan sebagian yang lain masuk dalam kategori dewasa awal periode pertama yaitu 21-24 tahun (Monks, 2013). Tugas mahasiswa sendiri melingkupi pada lingkungan sosialnya terutama pada kehidupan akademiknya karena salah satu tugas mahasiswa adalah menuntut ilmu setinggi-tingginya di perguruan tinggi guna mempersiapkan diri untuk memiliki karir atau pekerjaan yang mempunyai konsekuensi ekonomi dan finansial (Patriana, 2007). Kalangan mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, trend, dan mode yang sedang berlaku. Akan tetapi segala bentuk perilaku mahasiswa tersebut tidaklah menurun meskipun dimasa pandemik seperti ini.

Hal ini sering diartikan oleh mahasiswa bahwa untuk tampil menarik harus memakai pakaian yang baru dan bermerk, membeli produk untuk menjaga gengsi, membeli barang-barang mahal agar terlihat tampil menarik, membeli produk agar dipandang hebat, dan membeli barang mahal agar terlihat lebih hebat. Hal inilah yang akhirnya membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif untuk memenuhi tuntutan penampilannya. Mahasiswa akan lebih percaya diri terhadap

penampilannya ketika mahasiswa sudah dapat tampil layak sesuai dengan standar penampilan yang telah dibuatnya (Rujtee, 2009).

Hal tersebut didukung pula pada data hasil survei tahun 2020 selama masa pandemi covid-19 yang dilakukan Tokopedia, yang menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi yang mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. Adapun rata-rata dari barang yang dibelanjakan terdiri dari produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion, aksesoris, dan gadget. Hasil survei menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi dengan persentase 66,28% sebagai masyarakat konsumtif dengan durasi belanja yang dapat mencapai 3 kali dalam seminggu. Sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswa hanya berjumlah 33, 72% (Tokopedia.com). Apabila perilaku konsumtif tidak diantisipasi dan dikontrol oleh idealisme mahasiswa dan orang tua, maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumtif (Ningrum, 2011).

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda di kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi (Kompas, 2014).

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan (Setiaji, 2015).

Hal ini sebagaimana diungkapkan juga oleh Sumartono, 2005 terkait ciri-ciri dari perilaku konsumtif antara lain: rasa gengsi yang tinggi digambarkan dari konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis. Sifat yang satu ini kerap kali menjadi suatu pendorong bagi seseorang untuk bersikap konsumtif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. agar mereka terlihat mampu dimata orang lain, terutama dari segi finansial. Selanjutnya adalah selalu Ikut trend.

Sebagian orang, selalu mengikuti trend perkembangan sekitar tentu merupakan hal yang positif, tetapi apabila kamu mengikuti trend dengan berlebihan maka tentu ini akan menjadi hal yang negatif. Kemudian adalah hidup bermewahan, ciri ini juga tidak akan terlewat apabila kita melihat orang yang memiliki gaya hidup konsumtif. Hal ini memperlihatkan kebiasaan yang lumrah yang biasa kita temui. Selain itu adalah suka dikagumi orang lain, Ini juga salah satu ciri orang yang menyukai gaya yang konsumtif yaitu suka dikagumi oleh orang lain. Dan yang terakhir adalah pilih-pilih dalam bersosialisasi.

Disisi lain, perilaku konsumtif terjadi karena mahasiswa mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kegunaannya atau kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang membelanjakan nilai uang lebih besar dari nilai pendapatannya (Mustaqim, 2018).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, banyak mahasiswa yang menggunakan barang dan produk mahal, dari handphone, barang branded, produk kecantikan, sepatu, jam tangan, hingga parfume. Hal ini tentu saja sudah menjadi hal yang biasa dan wajar di kalangan mahasiswa dikarenakan perilaku ini sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area jurusan akuntansi melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, pembelian impulsive. Perilaku belanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, informan rela menjual barang berharga seperti anting, kamera, handphone untuk membeli barang yang diinginkan dan subyek juga rela makan seadanya asal bisa beli baju branded dengan model yang berbeda dari orang lain serta merasa bangga memiliki banyak baju dan setiap berpergian selalu memakai baju yang berbeda-beda tanpa ada orang lain memakai baju yang sama.

Pada waktu yang sama dan ditempat yang berbeda juga mengakui bahwa besarnya jumlah uang saku pada masing-masing mahasiswa tidak sama, hal ini diambil berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tetapi lingkungan tempat dimana dia tinggal seringkali mempengaruhi pola konsumsi yang di lakukannya. Hal tersebut diperoleh dari hasil observasi. Oleh karena itu mahasiswa harus dapat memilih pola konsumsi yang diterapkan dalam kehidupannya sehari-hari, sesuai dengan kebutuhan dan persediaan dana yang ada. Mahasiswa yang menerima uang saku dalam jumlah yang lebih besar akan mempunyai kecenderungan melakukan konsumsi lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang menerima uang saku lebih sedikit.

Selain itu, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian, hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Mangkunegara (2009) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kepribadian karena kepribadian dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku seorang individu. Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi dan faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan fisik, keluarga, masyarakat. Pada dasarnya kepribadian mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli.

Faktor kepribadian merupakan faktor bawaan yang melekat yang dipengaruhi oleh faktor genetik dan lingkungan. Eysenck (dalam Alwisol, 2009) juga mengklasifikasikan seseorang berdasarkan dua tipe kepribadian, yaitu tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert. Pada orang introvert lebih menyukai aktivitas yang tidak menarik dan cenderung membosankan, mereka lebih menyukai aktivitas rutin mereka dengan orang-orang yang sama. Orang yang introvert lebih menarik diri dan menghindari situasi di sekelilingnya yang dapat membuatnya kelebihan rangsangan. Pribadi introvert memiliki sembilan trait, yaitu: tidak sosial, pendiam, pasif, ragu, banyak pikiran, sedih, penurut, pesimis, penakut. Pribadi ekstrovert memilih berpartisipasi dalam kegiatan bersama, pesta hura-hura, olahraga beregu (sepak bola, arung jeram), minum alkohol dan menghisap mariyuana. Eysenck (dalam Widyaningrum, 2016) berpendapat bahwa pribadi

ekstrovert, kebalikan dari pribadi introvert dan menyebutkan sembilan trait kepribadian ekstrovert, yaitu sosiabel, lincah, aktif, asertif, mencari sensasi, riang, dominan, bersemangat, dan berani. Karakter introvert cenderung menyendiri, sedangkan ekstrovert cenderung suka berkelompok.

Disisi lain individu ekstrovert mempunyai pilihan seni yang tertuju pada gambar-gambar yang berwarna dan model baru (Suryabrata, 2010). Individu yang bertipe kepribadian ekstrovert memiliki kecenderungan dalam berperilaku konsumtif karena berdasarkan karakteristiknya mereka tergolong orang yang berani mengambil resiko, termasuk dalam pembelian produk jika dibandingkan dengan siswa yang memiliki tipe kepribadian introvert. Hal ini didukung pendapat Setiadi (2003) mengungkapkan bahwa tipe kepribadian ekstrovert cenderung memiliki perilaku konsumtif yang inovatif yaitu derajat seseorang untuk menginginkan atau mencoba sesuatu yang baru termasuk dalam penggunaan produk baru atau merek terbaru.

Individu dengan tipe kepribadian introvert cenderung mengarahkan dan menyalurkan perhatiannya ke dalam diri sendiri dimana nilai-nilai subjektif lebih berpengaruh pada dirinya dari pada nilai-nilai objektif (Naisaban, 2003). Individu introvert dalam membeli produk lebih memperhatikan kegunaan produk tersebut daripada terpengaruh terhadap trend atau pola konsumsi golongan sosial ekonomi atas karena mereka berusaha membeli barang untuk tidak menjaga kedudukan, harga diri dan kebutuhan akan diakui oleh orang lain disekitarnya (Sumartono, 2002) .

Hasil wawancara tanggal 13 Maret 2021 pada mahasiswa ekonomi Universitas Medan Area, Adapun kutipannya sebagai berikut:

“Saya kalau mau sesuatu ya langsung beli ajalah, kayaknya enak gitu punya sesuatu yang baru dan pastinya masih jarang-jarang orang pakai, kalau enggak karena pergaulan dan informasi yang banyak, ya enggak bisalah ikuti pergaulan” (Wawancara Interpersonal Maret, 2021).

“Saya orangnya kalau mau beli apa-apa itu ya harus dipikirin dulu, yang pasti masih memiliki kebutuhan yang jauh lebih banyak dibandingkan mengikuti teman-teman saya yang lain” (Wawancara Interpersonal Maret, 2021).

Masa pandemik tentunya mempengaruhi dalam perekonomian masyarakat. Adanya pergeseran makna dalam pengkonsumsian suatu barang yang mana bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan yang di dalamnya terdapat berbagai simbol mengenai peningkatan status, prestise, kelas, gaya, citra-citra yang ingin ditampilkan melalui pengkonsumsian suatu barang merupakan adanya indikasi perilaku konsumtif. Individu yang bertipe kepribadian ekstrovert memiliki kecenderungan dalam berperilaku konsumtif karena mereka tergolong orang yang berani mengambil resiko, termasuk dalam pembelian produk jika dibandingkan dengan siswa yang memiliki tipe kepribadian introvert. Individu dengan tipe kepribadian introvert cenderung mengarahkan dan menyalurkan perhatiannya ke dalam diri sendiri dimana nilai-nilai subjektif lebih berpengaruh pada dirinya.

Individu yang bertipe kepribadian ekstrovert lebih senang memakai barang-barang yang mengikuti gaya masa kini, agar bisa menunjang penampilan dan membentuk penilaian orang pada dirinya. Sedangkan individu yang bertipe

kepribadian introvert cenderung santai dalam meraih keinginan untuk memiliki suatu barang yang sesuai dengan kebutuhannya (Naisaban, 2003).

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik meneliti lebih lanjut tentang: Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19.

## **B. Identifikasi Masalah**

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, pembelian impulsive.

Berdasarkan observasi dan wawancara mahasiswa melakukan pembelian sudah menjadi suatu kegiatan yang biasa sering mereka lakukan seperti membeli handphone keluaran terbaru, tas yang kekinian, baju branded dan barang yang lainnya. Mahasiswa rela menjual barang berharga seperti anting, kamera, handphone untuk membeli barang yang diinginkan dan subyek juga rela makan seadanya asal bisa beli baju branded dengan model yang berbeda dari orang lain serta merasa bangga memiliki banyak baju dan setiap berpergian selalu memakai baju yang berbeda-beda tanpa ada orang lain memakai baju yang sama.

## **C. Batasan Masalah**

Adapun dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah yaitu untuk meneliti Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari Tipe Kepribadian Mahasiswa

Pada Masa Pandemi Covid 19. Sampel penelitian adalah mahasiswa fakultas Ekonomi stambuk 2018 Universitas Medan Area Kampus 2 di Jln. Sei Serayu No. 70 A.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian?”.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam berbagai pengembangan ilmu pengetahuan Psikologi, khususnya mengenai lembaga psikologi khususnya Psikologi perkembangan anak dan remaja.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat mahasiswa, khususnya memberikan informasi kepada mahasiswa tentang perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Mahasiswa**

##### **1. Pengertian Mahasiswa**

Secara Etimologi kata Mahasiswa berasal dari dua kosa kata yaitu Maha yang diartikan Besar/tinggi dan siswa yang diartikan sebagai pelajar/orang yang derajatnya lebih tinggi dari pelajar lain. Predikat ini diberikan karena para mahasiswa menimba ilmu di sekolah perguruan tinggi, seperti yang juga dialami oleh Dosen sehingga mereka juga disebut sebagai “Maha Guru”. Selain itu, Subjek yang dipelajari di Perguruan Tinggi juga menduduki tingkat yang lebih tinggi di banding subjek pada sekolah biasa (Departemen Pendidikan Nasional RI, 2008).

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012). Menurut Siswoyo (2007) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah individu yang menjalani pendidikan di perguruan tinggi.

##### **2. Tugas dan Kewajiban Mahasiswa**

Menurut Siallagan (2011), mahasiswa sebagai masyarakat kampus mempunyai tugas utama yaitu belajar seperti membuat tugas, membaca buku, buat

makalah, presentasi, diskusi, hadir ke seminar, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bercorak kekampusan. Di samping tugas utama, ada tugas lain yang lebih berat dan lebih menyentuh terhadap makna mahasiswa itu sendiri, yaitu sebagai agen perubah dan pengontrol sosial masyarakat. Tugas inilah yang dapat menjadikan dirinya sebagai harapan bangsa, yaitu menjadi orang yang setia mencarikan solusi berbagai problem yang sedang mereka hadapi. Selain memiliki tugas, mahasiswa juga memiliki kewajiban yang harus dijalankan. Setiap mahasiswa berkewajiban untuk:

- a. Bertaqwa dan berahlak mulia.
- b. Belajar dengan tekun dan sungguh-sungguh agar memperoleh prestasi tinggi.
- c. Mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang berlaku, baik pada tingkat universitas, fakultas maupun jurusan.
- d. Ikut memelihara sarana prasarana serta kebersihan, ketertiban dan keamanan dalam lingkungan universitas.
- e. Menghargai ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian.
- f. Terlibat aktif dalam kegiatan kemahasiswaan.
- g. Menjaga nama baik, citra, dan kehormatan universitas.
- h. Ikut bertanggungjawab biaya penyelenggaraan pendidikan kecuali bagi mahasiswa yang dibebaskan dari kewajiban tersebut sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- i. Berpakaian rapi, sopan, dan patut.

- j. Memakai jaket almamater pada setiap kegiatan kemahasiswaan maupun kegiatan universitas.
- k. Menunjang tinggi adat istiadat, sopan santun serta etika yang berlaku.
- l. Menjaga kampus dari kegiatan politik praktis.
- m. Menaati kewajiban-kewajiban yang dibebankan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- n. Saling menghormati sesama mahasiswa dan bersikap sopan terhadap pimpinan, dosen, dan karyawan.
- o. Memarkirkan kendaraan dengan tertib pada tempat parkir yang telah disediakan.

(Sumber: Tata Tertib Mahasiswa Universitas Medan Area).

## **B. Perilaku Konsumtif**

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

Istilah “perilaku” memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (KBBI on-line, 2016). Sedangkan “konsumtif” memiliki arti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (KBBI on-line, 2016). Jadi perilaku konsumtif adalah, kegiatan individu untuk mengkonsumsi suatu barang karena rangsangan. Definisi perilaku konsumtif menurut para ahli adalah sebagai berikut, Dahlan (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar- besarnya, serta adanya pola

hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen (Munandar, 2011). Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir. Jadi, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (want) daripada faktor kebutuhan (need). Piliang (Heni, 2013) melengkapi dengan menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap mahal dan memberikan kepuasan serta kenyamanan fisik sebesar-besarnya. Hal ini juga didukung dengan gaya hidup belanja yang proses perubahan dan perkembangannya didorong oleh keinginan daripada kebutuhan.

Sementara Lubis (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak tifik rasional lagi. Anggarasari (dalam Sumartono, 2002) memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Senada dengan Setiadi (2003) bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika konsumen menganut gaya hidup yang menganggap bahwa materi sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan kepuasan.

Kesimpulan dari penjelasan diatas, perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan karena adanya kebutuhan, melainkan karena adanya

suatu keinginan yang ingin dicapai individu. Sesuatu hal yang dirasa tidak pernah puas dan sifatnya bukan sebuah kebutuhan pokoknya.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell dan Miniard (2015) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, adalah :

### a. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

### b. Kelas Sosial

Kelas sosial mempengaruhi perilaku konsumen dalam cara seseorang menghabiskan waktu mereka, produk yang dibeli dan berbelanja. Pernyataan ini diperkuat oleh Swastha dan Handoko (2017) yang mengatakan bahwa interaksi seseorang dalam kelas sosial tertentu akan mempengaruhi langsung pada pendapat dan selera orang tersebut, sehingga akan mempengaruhi pemilihan produk atau merk barang.

### c. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya.

### d. Situasi

Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang.

e. Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membentuk sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

f. Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

g. Konsep Diri

Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Terdapat beberapa tipe konsumen dalam memenuhi konsep diri yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari, konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan konsumen yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

h. Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaannya jasa yang tersedia di pasar.

i. Pengalaman Belajar

Pengalaman belajar seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain atau diri sendiri (melalui pengalaman). Hasil dari proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

j. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu atau uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

Menurut Mangkunegara (2009) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya ini meliputi budaya, sub-budaya, dan kelas sosial yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Menurut Kotler (2005), budaya memiliki pengaruh paling luas pada perilaku individu. Individu

yang tumbuh dalam suatu budaya akan mempelajari serangkaian nilai persepsi dan perilaku melalui proses interaksi terhadap lingkungannya, termasuk perilaku mengkonsumsi suatu barang. Suatu kelompok masyarakat selalu memiliki kebudayaan dan pengaruh kebudayaan atas perilaku pembeli, di mana perilaku pembeli tersebut berbeda antara budaya satu dan lainnya (Ginting, 2011). Sub-budaya menurut Ginting (2011), setiap budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang merasa menjadi bagian suatu sistem nilai atas dasar kesamaan pengalaman dan keadaan hidup bersama. Sub-budaya mencakup kelompok nasionalitas, keagamaan, kesukuan, dan kewilayahan. Perbedaan antar sub-budaya tersebut kemudian membawa perbedaan dalam keputusan membeli dan perilaku mengkonsumsi suatu barang.

Menurut Kotler (2005), kelas sosial merupakan bentuk pengelompokan komunitas tertentu yang pada akhirnya menentukan tinggi rendahnya seseorang pada kelas sosial atas, menengah dan bawah. Perbedaan status sosial dan ekonomi tersebut akan menghasilkan perbedaan sikap dan perilaku individu dalam mengkonsumsi suatu barang. Kelas sosial menunjukkan perbedaan yang tegas dalam hal preferensi atas pakaian, kelengkapan rumah, kegiatan santai, dan mobil.

#### b. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup kelompok referensi dan keluarga yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Kelompok referensi

Secara normal individu ingin menyesuaikan diri dengan lingkungannya, termasuk status individu dalam kelompok serta peranannya. Adanya kelompok referensi dapat mempengaruhi tindakan individu untuk bersifat konsumtif dengan menghadapkan individu pada pola dan gaya hidup baru (Kotler, 2005). Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2009) juga mengungkapkan ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif individu. Hal ini menunjukkan bahwa konformitas yang dilakukan kelompok referensi mampu mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

Faktor sosial juga mencakup keluarga, di mana keluarga memiliki peran besar dalam perkembangan perilaku konsumtif individu (Kotler, 2005). Kebiasaan keluarga dalam menggunakan suatu barang dan jasa akan menjadi model bagi individu tersebut. Dengan demikian, keluarga memiliki peran penting dalam pembentukan pola konsumsi individu.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Usia secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan individu. Barang dan jasa yang dibeli akan berubah dalam perjalanan hidup. Selera terhadap pakaian, makanan, dan barang-barang lainnya akan berubah sesuai dengan bertambahnya umur (Ginting, 2011).

Pekerjaan individu juga mempengaruhi pola konsumsinya (Kotler, 2005). Perbedaan pekerjaan pada masing-masing individu akan menentukan bagaimana perilaku mengkonsumsinya, sama halnya dengan lingkungan ekonomi. Pilihan barang yang dibeli sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi individu (Kotler, 2005).

Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas individu dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas individu, ketertarikan dan pendapat individu dalam suatu hal. Gaya hidup yang dimiliki individu dapat mempengaruhi pola konsumsi dan keputusan pembelian suatu barang (Kotler, 2005).

Kepribadian adalah ciri bawaan manusia seperti kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, kemampuan bersosialisasi dan pertahanan diri (Kotler, 2005). Masing-masing individu memiliki karakteristik kepribadian berbeda-beda, kepribadian berbeda inilah yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.

Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri (Ghufron dan Risnawita, 2010). Penelitian Parma (2007) menunjukkan bahwa konsep diri dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif. Ketika individu memiliki konsep diri yang rendah, maka intensitas perilaku konsumtifnya akan lebih tinggi, begitu juga sebaliknya.

Kontrol diri menurut Averill (1973), kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh Shohibullana (2014) dan Chita, David, dan Pali (2015) menunjukkan bahwa kontrol diri mampu mempengaruhi perilaku konsumtif individu, di mana individu yang tidak mampu mengontrol dirinya akan cenderung berperilaku konsumtif.

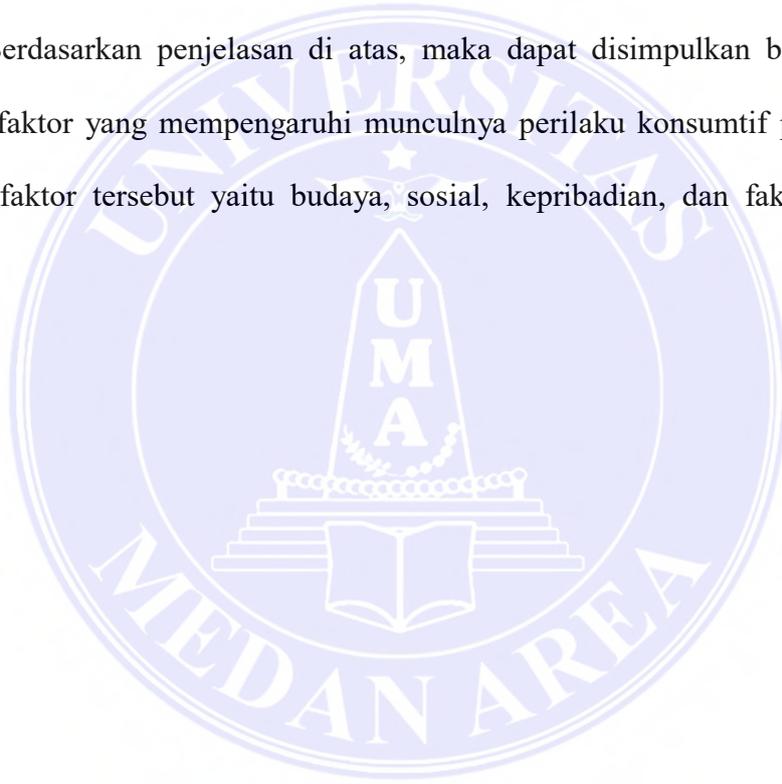
d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah bagi perilaku individu. Motivasi tersebut akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu, termasuk melakukan pembelian (Kotler, 2005). Persepsi memiliki peran untuk menentukan tindakan individu (Ginting, 2011). Masing-masing individu terhadap suatu produk juga akan memberikan pengaruh dalam keputusan pembeliannya. Perbedaan persepsi pada masing-masing individu inilah yang menyebabkan perbedaan tingkat perilaku konsumtif yang dihasilkan. Belajar menggambarkan perubahan perilaku individu yang timbul oleh adanya pengalaman (Ginting, 2011). Pembelian yang dilakukan individu merupakan proses belajar, di mana kepuasan

membeli suatu produk akan menentukan keputusan pembelian produk tersebut di masa yang akan datang.

Kepercayaan dan sikap, Dengan melakukan suatu tindakan dan belajar, individu akan memperoleh kepercayaan dan sikap, termasuk perilaku belanjanya (Ginting, 2011). Pengalaman belajar tersebut kemudian membentuk keyakinan dan sikap individu dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada individu. Faktor-faktor tersebut yaitu budaya, sosial, kepribadian, dan faktor psikologis



### 3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Tambunan (2001) berpendapat ada dua aspek-aspek mendasar yaitu:

a. Adanya keinginan mengkonsumsi secara berlebihan

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya, dimana remaja belum memiliki penghasilan sendiri, berikut Tambunan (2001) menjelaskan:

- 1) Pemborosan, Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.
- 2) Inefisiensi Biaya, Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka menirukan teman, tidak realistic dan cenderung dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

b. Bertujuan Mencapai Kepuasan Semata

Dalam mengkonsumsi, kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama, melainkan kebutuhan untuk memenuhi kepuasan dan mengikuti arus mode, mencoba produk baru dan memperoleh pengakuan sosial, berikut seperti yang dijelaskan Tambunan (2001) :

- 1) Mengikuti mode, Para remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi cukup berada, terutama bertempat tinggal di kota-kota besar, pusat perbelanjaan adalah tempat mereka mencari dan mengkonsumsi barang dari biaya orang tua untuk memenuhi keinginan untuk mengikuti mode dan trend dikalangan remaja.
- 2) Memperoleh Pengakuan Sosial, Perilaku remaja remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti atribut yang sedang trend dilingkungannya.

Sumartono (2002) menjelaskan perilaku konsumtif ke dalam delapan aspek, yaitu:

- a. Membeli barang karena hadiah yang menarik.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, namun hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang menawarkan bonus atau hadiah dari pembelian yang dilakukannya. Contohnya adalah membeli dua baju untuk mendapatkan satu baju gratis dari pembelian tersebut. Aspek tersebut juga dapat diketahui melalui aktivitas membeli sejumlah barang untuk mendapatkan kupon belanja yang dapat ditukarkan.

b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena cover dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.

c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dari perilaku individu yang sengaja membeli barang-barang mahal dan bermerek untuk dapat dipandang lebih dari teman-temannya.

d. Membeli barang karena ada program potongan harga.

Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja diberikan oleh pusat perbelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah seringnya individu membeli barang yang tidak dibutuhkan saat tersedia program potongan harga di pusat perbelanjaan.

e. Membeli barang untuk menjaga status sosial.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung

membeli barang-barang yang mahal dan bermerek untuk mencerminkan bahwa dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

- f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model iklan tersebut adalah seorang idola dari pembeli. Pembelian tanpa adanya pertimbangan yang rasional juga dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli suatu barang karena tertarik melihat pakaian tersebut sama dengan yang digunakan oleh idolanya. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi
- g. Individu membeli barang atau produk bukan karena berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Pembelian barang-barang yang mahal dan bermerek sering dilakukan oleh individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah sengaja membeli tas bermerek hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi saat menggunakan tas tersebut di depan teman-temannya.
- h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda. Membeli barang sejenis dengan merk berbeda akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja. Individu yang cenderung berperilaku konsumtif biasanya sering

melakukan pembelian barang-barang sejenis. Contohnya adalah dengan membeli dua sepatu yang modelnya sama pada merk berbeda.

Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang yang dianggap menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi, dan membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

## **2. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono (2002) ada delapan ciri perilaku konsumtif. Empat perilaku pertama yang dimaksud adalah membeli produk karena ingin mendapatkan hadiah, kemas menarik, menjaga penampilan diri dan gengsi serta program potongan harga. Empat perilaku konsumtif lainnya adalah pembelian barang untuk menjaga status sosial, pengaruh model yang mengiklankan barang, penilaian bahwa membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk berbeda.

Ciri perilaku konsumtif pertama adalah membeli karena penawaran hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Ciri perilaku

konsumtif kedua yaitu membeli karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut Sumartono (2002).

Ciri perilaku konsumtif yang ketiga adalah membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Ciri perilaku konsumtif yang keempat adalah membeli barang karena program potongan harga. Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik Sumartono (2002).

Ciri perilaku konsumtif yang kelima adalah kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Ciri perilaku konsumtif yang keenam adalah memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli Sumartono (2002).

Ciri perilaku konsumtif yang ketujuh adalah penilaian bahwa membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Ciri perilaku

konsumtif yang terakhir menurut Sumartono (2002) adalah individu membeli lebih dari dua.

Berdasarkan delapan gaya belanja yang telah disebutkan di atas, ada empat gaya belanja yang dapat digolongkan sebagai ciri perilaku konsumtif. Empat ciri yang dimaksud adalah konsumen menyukai barang bermerk, konsumen yang menyukai produk baru dan mengikuti mode, berbelanja dianggap sebagai kegiatan rekreasi dan konsumen suka berbelanja secara impulsif atau mendadak( Splores dalam Engel, Blackwell & Miniard, 1994)

Ciri konsumtif yang pertama yaitu konsumen menyukai barang bermerk. Individu cenderung menyukai dan membeli barang bermerk karena menganggap barang bermerk merupakan barang terbaik untuk digunakan, Ciri perilaku konsumtif yang kedua adalah menyukai produk baru dan mengikuti mode. Individu cenderung menggunakan produk-produk yang dianggap sedang digemari atau trend. Individu memperoleh kesenangan dengan membeli poduk baru yang sedang trend tersebut. Hal tersebut dikarenakan rasa keingintahuan untuk mencoba produk baru yang sedang mode.

Ciri perilaku konsumtif yang ketiga adalah kegiatan berbelanja dianggap sebagai rekreasi. Kegiatan berbelanja sebagai sesuatu yang menyenangkan bagi yang melakukannya. Individu suka dan menikmati kegiatan berbelanja serta menganggapnya sebagai kegiatan bersosialisasi. Ciri perilaku konsumtif yang keempat adalah kegiatan berbelanja impulsif atau mendadak. Individu cenderung berbelanja secara "mendadak" tanpa memperdulikan seberapa banyak uang yang

digunakan. Individu bahkan tidak mencari informasi terlebih dahulu untuk mendapatkan produk yang diinginkan Sumartono (2002)

Ciri konsumtif lain dikemukakan oleh yayasan Lembaga Konsumen Indonesia yang menyatakan perilaku konsumtif muncul karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (dikutip Sumartono, 2002). Oleh karenanya, keputusan individu dalam membeli barang seringkali tidak dipertimbangkan dengan matang karena hanya berdasarkan keinginan saja.

Ciri konsumtif berikutnya adalah pembelian barang secara berlebihan (Fromm, 1995). Individu cenderung membeli barang yang sama dengan jumlah lebih dari satu buah dan tidak lagi sesuai dengan kebutuhan. Ciri konsumtif terakhir adalah dalam pembelian barang individu mudah terpengaruh kelompok referensi (iklan, film dan lingkungan teman) dalam membeli barang (Glock dikutip oleh Loudon & Dela Bitta, 1993). Individu membeli barang setelah melihat iklan yang menawarkan produk atau teman yang mereferensikan produk tertentu.

Fromm (dalam Wulandari, 2019) mengemukakan ciri perilaku konsumtif, yaitu :

a. Pemenuhan keinginan (*wants*)

Rasa puas pada manusia tidak pernah habis dan semakin meningkat oleh karena itu manusia selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan hal tersebut.

b. Barang diluar jangkauan

Saat individu menjadi konsumtif maka semakin lama tindakan mengkonsumsi menjadi menjadi kompulsif dan tidak rasional. Individu akan selalu belum puas dan akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang-barang baru. Individu tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya.

c. Barang tidak produktif

Penggunaan barang berlebihan membuat konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif. Individu selalu tidak puas dengan apa yang dimilikinya sehingga dia selalu membeli barang walaupun sebenarnya barang tersebut belum tentu penting untuknya.

d. Status

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika individu memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman “pemuasan angan-angan” untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.

Berdasarkan uraian di atas maka ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu diantaranya berperilaku boros, lebih mementingkan hasrat atau keinginan dibandingkan kebutuhan, dan mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

## C. KEPRIBADIAN

### 1. Pengertian Kepribadian

Adapun kepribadian merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris personality. Kata personality sendiri berasal dari Bahasa Latin yang berarti topeng yang digunakan oleh para aktor dalam suatu permainan atau pertunjukan (Yusuf dan Nurihsan, 2013). Istilah kepribadian berasal dari bahasa Latin “persona”, atau topeng yang dipakai orang untuk menampilkan dirinya pada dunia luar, tetapi psikologi memandang kepribadian lebih dari sekedar penampilan luar. Feist & Gregory J. Feist (2009) mengatakan bahwa “Kepribadian mencakup sistem fisik dan psikologis meliputi perilaku yang terlihat dan pikiran yang tidak terlihat, serta tidak hanya merupakan sesuatu, tetapi melakukan sesuatu. Kepribadian adalah substansi dan perubahan, produk dan proses serta struktur dan perkembangan”. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Gordon Allport (dalam Hatugalung, 2011) bahwa kepribadian adalah organisasi dinamis dalam individu sebagai system psikofisik yang menentukan caranya yang khas dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan.

Menurut Sukmadinata (2003) kepribadian merupakan keterpaduan antara aspek-aspek kepribadian, yaitu aspek psikis seperti aku, kecerdasan, bakat, sikap, motif, minat, kemampuan, moral, dan aspek jasmaniah seperti postur tubuh, tinggi dan berat badan, indra, dll. Menurut Ahmadi (2005) menyimpulkan bahwa kepribadian adalah keseluruhan pola (bentuk) tingkah laku, sifat-sifat, kebiasaan, kecakapan bentuk tubuh serta unsur-unsur psiko fisik lainnya yang selalu menampakkan diri dalam kehidupan seseorang.

Allport (dalam Yusuf, 2007) juga mendefinisikan kepribadian sebagai susunan sistem- sistem psikofisik yang dinamis dalam diri individu, yang menentukan penyesuaian yang unik terhadap lingkungan. Sistem psikofisik yang dimaksud Allport meliputi kebiasaan, sikap, nilai, keyakinan, keadaan emosional, perasaan dan motif yang bersifat psikologis tetapi mempunyai dasar fisik dalam kelenjar, saraf, dan keadaan fisik anak secara umum.

Menurut Jung dan Eysenck kepribadian adalah totalitas segala peristiwa psikis yang disadari maupun yang tidak disadari atau disebut juga sebagai “Psyche” kesadaran sendiri mempunyai dua unsur pokok yaitu fungsi jiwa dan sikap jiwa yang masing-masing mempunyai peranan penting dalam orientasi manusia dengan dunianya. Sedangkan sikap jiwa oleh Jung masih dibagi menjadi dua golongan yaitu kecenderungan ekstrovert dan introvert (Suryabrata, 2013).

Berdasarkan beberapa pernyataan para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepribadian merupakan karakteristik khas yang membedakan setiap orang dan kecendrungan seseorang dalam proses menyesuaikan diri dengan lingkungan.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepribadian**

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kepribadian seseorang menurut (Winkel, 2010), yaitu hereditas (*genetika*) dan lingkungan (*environment*).

### **a. Faktor Hereditas (*Genetika*)**

Dalam hal ini dijelaskan bahwa seorang pribadi terbentuk dari kromosom orang tua yang di dalamnya terdapat gen yang membawa sifat – sifat fisik dan psikis seseorang yang menentukan potensi hereditasnya. Hal itu secara tidak langsung akan membentuk

kepribadian seseorang. pengaruh langsung gen terhadap kepribadian seseorang meliputi; kualitas system syaraf, keseimbangan biokimia tubuh, dan struktur tubuh. Sedangkan pengaruh tidak langsung hereditas terhadap kepribadian adalah: Sebagai sumber bahan mentah kepribadian yaitu :

- 1) Fisik, hal ini meliputi susunan alat – alat perlengkapan badan yang bercirikan individual, daya tahan tubuh, juga habitus individu atau diartikan sebagai bentuk badan yang khas pada setiap manusia
- 2) Inteligensia, diartikan sebagai kemampuan untuk mencapai sebuah prestasi yang di dalamnya berpikir memegang peranan
- 3) Tempramen, diartikan sebagai sifat umum alam perasaan seseorang

Penelitian dengan metode sejarah (riwayat) keluarga, yang dilakukan oleh Galton (1870), yaitu dengan meneliti kejeniusan seseorang berkaitan dengan sejarah keturunan dalam keluarga. Dalam hal ini Galton melakukan penelitian terhadap keluarga (Keturunan) Kallikak. Namun hasil penelitian ini dipandang relative kecil sumbangsuhnya terhadap pemahaman mengenai pengaruh hereditas terhadap kepribadian seseorang, apalagi di jaman seperti sekarang ini yang begitu maju secara teknologi.

#### b. Faktor Lingkungan (*Environment*)

##### 1. Keluarga

Keluarga dipandang sebagai penentu utama pembentukan kepribadian seseorang, karena: 1). Keluarga adalah kelompok sosial pertama bagi seorang anak, yang akan menjadi pusat indentifikasi

anak, 2). Anak banyak menghabiskan waktu di lingkungan keluarga, 3). Anggota keluarga adalah “*significant people*” bagi pembentukan yang “selayaknya” memenuhi kebutuhan manusiawinya.

Menurut penelitian yang dilakukan Baldwin dkk (2015) tentang pengaruh pola asuh orang tua terhadap kepribadian anak, ditemukan bahwa pola asuh orang tua itu ada yang demokratis dan authoritarian.

Orang tua demokratis ditandai dengan perilaku: menciptakan iklim kebebasan, respek terhadap anak, objektif, dan mengambil keputusan secara rasional. Seorang anak yang berkembang dalam lingkungan keluarga yang demokratis cenderung akan lebih aktif, lebih bersikap sosial, percaya diri, otentik, lebih memiliki keinginan di bidang intelektual, dan lebih konstruktif dibandingkan anak yang berkembang di lingkungan keluarga authoritarian. Sedangkan orang tua authoritarian, ditandai dengan perilaku sewenang-wenang dan diktatorial dalam mengasuh anak.

## 2. Kebudayaan

Kebudayaan juga mempengaruhi perkembangan kepribadian individu, secara sadar atau tidak, kebudayaan sekitar mempengaruhi kepribadian. Pola yang terjadi hampir sama dengan keluarga hanya saja ini sudah melibatkan orang lain diluar keluarga pokok dan juga meninjau adat istiadat setempat, norma aturan budaya, kebiasaan dan sebagainya. Seperti contoh : di Manado, orang makan dengan kaki diangkat ke atas kursi adalah sopan, namun sangat tidak sopan bagi

orang Jawa. Seseorang harus mau dan mampu membuka diri untuk mempelajari semua itu sehingga tidak merasa terbebani ketika harus tinggal di lingkungan yang berbeda dengan lingkungan tinggal sebelumnya, yang akan berpengaruh bagi kepribadiannya.

### 3. Sekolah

Iklm emosional kelas: adalah sikap guru terhadap siswanya, guru bersikap otoriter dan tidak bisa menghargai siswa maka, memungkinkan siswa akan menjadi tegang, mudah marah, malas belajar dan mungkin saja melakukan sesuatu yang mengganggu ketertiban umum. Namun bila guru bersikap ramah, maka siswa pun akan merasa nyaman di sekolah, bahagia, mau belajar, termotivasi dan mau menaati peraturan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kepribadian meliputi : faktor dari dalam yaitu pribadi seseorang itu sendiri dan faktor selanjutnya adalah lingkungan sekitar.

### 3. Aspek Kepribadian

Adapun aspek-aspek kepribadian menurut Sujanto (2014) sebagai berikut:

- a. Karakter, yaitu konsekuen tidaknya dalam mematuhi etika perilaku, teguh tidaknya dalam memegang pendirian atau pendapat.
- b. Temperamen, yaitu cepat lambatnya seseorang dalam bereaksi terhadap berbagai rangsangan yang datang dari lingkungannya.

- c. Sikap, yaitu sambutan terhadap objek (orang, benda, peristiwa, norma, dan sebagainya) yang bersifat positif, negatif, atau ambivalen (ragu-ragu).
- d. Stabilitas emosional, yaitu kadar kestabilan emosi terhadap rangsangan, seperti mudah atau tidaknya tersinggung, marah, atau bahkan putus asa.
- e. Responsibilitas (tanggung jawab), yaitu kesiapan untuk menerima risiko dari perbuatan yang dilakukan.
- f. Sosiabilitas, yaitu disposisi pribadi yang berkaitan dengan hubungan interpersonal. Seperti tampaknya sifat pribadi yang tertutup ataupun terbuka dan kemampuan berkomunikasi dengan orang lain.

#### 4. Karakteristik Kepribadian

Hurlock (2011) mengemukakan bahwa karakteristik kepribadian yang sehat ditandai dengan :

- a. Mampu menilai diri secara realistis artinya mampu menilai kelebihan dan kekurangan diri apa adanya.
- b. Mampu menilai situasi secara realistis. Artinya mampu menghadapi situasi yang dialami secara realistis dan mau menerima secara wajar, serta tidak bersifat perfeksionis.
- c. Mampu menilai prestasi yang diperoleh secara realistis, terhadap prestasi yang diperoleh seseorang tidak sombong, sedangkan bila gagal tidak mengalami frustrasi yang berlebihan namun malah bisa bersikap penuh harapan.

- d. Menerima tanggung jawab, mempunyai keyakinan dan mempunyai semangat untuk bisa menjalankan tugas dan mengatasi masalah dengan baik.
- e. Kemandirian, memiliki keyakinan akan kemampuan diri sendiri tanpa terpengaruh oleh orang lain.
- f. Dapat mengontrol emosi, mampu menempatkan diri dalam situasi apapun.
- g. Berorientasi tujuan, memiliki tujuan yang ingin dicapai
- h. Berorientasi keluar.
- i. Penerimaan sosial.
- j. Memiliki filsafat hidup.
- k. Kebahagiaan, dapan meraih kebahagiaan tanpa membutuhkan orang lain.

Sedangkan kepribadian yang kurang sehat ditandai dengan karakteristik :

- a. Mudah marah.
- b. Menunjukkan kekhawatiran dan kecemasan.
- c. Sering merasa tertekan.
- d. Bersikap kejam atau suka mengganggu orang yang lebih muda dan mengganggu hewan.
- e. Tidak mampu menghindari perilaku yang menyimpang.
- f. Terbiasa berbohong.
- g. Hiperaktif.
- h. Memusuhi semua bentuk otoritas.

- i. Senang mengkritik dan mencemooh orang lain.
- j. Sulit tidur.
- k. Kurang bertanggung jawab.
- l. Sering pusing kepala (meskipun penyebabnya bukan bersifat organis).
- m. Kurang memiliki kesadaran untuk menaati ajaran agama.
- n. Bersikap premis dalam menghadapi kehidupan.
- o. Kurang bergairah dalam menghadapi kehidupan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan karakteristik kepribadian tersusun dari dorongan yang membentuk sikap individu.

### **3. Tipe Kepribadian**

#### **a. Kepribadian Introvert**

##### **1. Pengertian Introvert**

Introvert adalah sikap atau karakter seseorang yang memiliki orientasi subyektif secara mental dalam menjalani kehidupannya. Kepribadian introvert cenderung menyukai kondisi yang tenang, senang menyendiri, reflektif terhadap apa yang mereka lakukan. Mereka memiliki kecenderungan untuk menjauhi interaksi dengan hal-hal baru Hurlock (2011). Seseorang introvert sangat senang untuk melakukan aktivitas yang bersifat soliter (dapat di lakukan sendirian tanpa bantuan orang lain). Kegiatan tersebut seperti menulis, membaca, mengoperasikan komputer, menonton film, memancing dan lain sebagainya. Banyak dari seniman, komposer lagu, penulis novel, atau penemu biasanya memiliki kepribadian introvert. Mereka lebih menyukai menikmati waktu yang dihabiskan sendirian,

karena menurut mereka, sendirian adalah hal yang menyenangkan. Selain itu, introvert juga memiliki kemampuan yang sangat baik dalam melakukan analisa hal-hal rumit. Mereka lebih mudah untuk berkonsentrasi saat memecahkan masalah.

## 2. Faktor penyebab Introvert

Menurut Hurlock (2011) terdapat beberapa teori tentang penyebab introvert ini, seperti:

### a) Aliran darah

Anak introvert terbukti memiliki aliran darah ke otak bagian depan (lobus frontal) lebih cepat dibanding anak ekstrovert. *Lobus frontal* sendiri merupakan bagian otak yang berfungsi mengingat, memecahkan masalah, dan merencanakan berbagai hal.

### b) Reaksi dopamine

Anak introvert dan ekstrovert memiliki level dopamine (hormon bahagia) yang sama. Namun, anak introvert tidak pernah mengalami lonjakan dopamin yang meledak-ledak, berbanding terbalik dengan anak ekstrovert.

### c) Reaksi terhadap stimulasi berlebih

Teori lain mengenai penyebab introvert mengatakan bahwa anak dengan sifat ini lebih peka terhadap lingkungan, tapi memilih menghindarinya demi mendapatkan kedamaian pikiran dan stimulasi berlebih. Anak introvert kerap menyepi untuk melakukan refleksi diri.

## 3. Ciri-ciri Introvert

Menurut Jung dalam Alwisol (2015) Ciri-ciri *introvert* sebagai berikut:

- a) Orang-orang yang *introvert* ditandai oleh kecenderungan mudah tersinggung
- b) Perasaan gampang terluka
- c) Mudah gugup
- d) Rendah diri
- e) Mudah melamun
- f) Sukar tidur
- g) Intelegensia relatif tinggi
- h) Perbendaharaan kata-kata baik
- i) Cenderung tetap pada pendirian (keras kepala)
- j) Umumnya teliti tapi lambat
- k) Mereka agak kaku, dan kurang suka lelucon terlebih mengenai seks.

Jung (dalam Naisaban (2015)) menyatakan bahwa *introvert* adalah suatu orientasi kedalam diri sendiri. Secara singkat seorang *introvert* adalah orang yang cenderung menarik dirinya dari kontak dengan dunia luar. Minat dan perhatiannya lebih terfokus pada pikiran dan pengalamannya sendiri. Menurut Jung orang *introvert* memfokuskan dirinya ke dalam dan larut kedalam dirinya sendiri, khususnya ketika mengalami ketengan dan tekanan batin.

## **b. Kepribadian Ekstrovert**

### **1. Pengertian Kepribadian Ekstrovert**

Pengertian *extrovert* adalah kebalikan dari *introvert*. Jika *introvert* lebih senang menyendiri, maka seseorang *extrovert* lebih menyukai lingkungan yang

interaktif. Mereka cukup antusias dalam hal baru dan senang bergaul Hurlock (2011). Hal itu disebabkan karena seorang *extrovert* lebih didominasi dengan sifat, kondisi atau kebiasaan yang menyenangkan dari luar diri mereka sendiri. Bagi mereka, aktivitas sosial, berinteraksi dengan orang lain, bertukar informasi dengan banyak orang dan senang bergaul adalah hal yang menyenangkan.

Sebaliknya jika mereka berada dalam keadaan sendiri bagi mereka adalah sesuatu yang membosankan. Sedangkan orang-orang yang *ekstrovert* intelegensia mereka relatif rendah, pembendaharaan kata-kata kurang, mempunyai kecenderungan tidak tetap pada pendirian, umumnya mereka cepat namun tidak teliti, mereka tidak begitu kaku, dan mereka menyukai lelucon terlebih mengenai seks. (Suryabrata, 2012).

Seorang *introvert* cenderung merasa mampu dalam upaya mencukupi diri sendiri. Sebaliknya seorang *ekstrovert* membutuhkan orang lain.

## 2. Faktor Penyebab Ekstrovert

Faktor penyebab individu berubah menjadi ekstrovert menurut Hurlock (2011) yaitu:

### a) Trauma *Bully* dimasa kecil

Untuk penyebab yang satu ini menggambarkan suatu perubahan sikap dari anak-anak yang dulunya periang kemudian menjadi sangat pendiam dan terkesan murung. Bagi para orangtua, jangan anggap enteng perubahan sikap tersebut.

### b) Kehilangan orang yang dicintai

Setiap orang baik itu '*ekstrovert*' maupun '*introvert*' tentu mempunyai dasar motivasi terhadap orang yang dicintainya. Dan inilah juga yang kemudian menjadi boomerang untuk si '*ekstrovert*' itu sendiri. Disaat orang yang membuatnya semangat itu pergi baik untuk kepergian yang jauh atau perpisahan alami yakni kematian akan menimbulkan tekanan yang luar biasa yang bisa dengan signifikannya merubah karakter si '*ekstrovert*' ini berubah menjadi '*introvert*'.

c) Terlalu banyak Kegagalan yang dialami

Seorang yang terbuka seperti '*ekstrovert*' memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan '*introvert*'. Tapi ketika kegagalan yang terus-menerus berulang dihadapinya. Ini mengikis rasa percaya diri itu sehingga menimbulkan trauma baru yang malah membuatnya menjadi menutup diri dari lingkungannya dan meratapi kegagalan tersebut. Disinilah tanpa disadari dia telah merubah karakternya karena memang tuntutan keadaan yang begitu menekan si '*ekstrovert*'.

d) Penghianatan yang terus menerus

Karakter dasar seorang '*ekstrovert*' adalah terbuka dan mudah percaya kepada semua orang. Ini pertanda baik untuk bisa cepat beradaptasi dengan lingkungan baru dan membangun pertemanan yang banyak. namun terkadang ini juga yang tidak disadari akan menjadi pisau bermata dua untuk kelangsungan karakter seorang '*ekstrovert*'.

e) Lingkungan yang tidak mensupport

Faktor ini masih berhubungan dengan faktor pertama dimana membahas mengenai *bullying*. Nah, ketika si '*ekstrovert*' dihadapkan dengan lingkungan yang tingkat *bullying*-nya tinggi, maka lambat laun ini akan menghancurkan benteng pertahanannya sebagai seorang '*ekstrovert*'. Karena sejatinya omongan-omongan seseorang yang adalah tidak mencerminkan diri kita ketika diucapkan dan kita temui hampir setiap kali berada di lingkungan yang kurang sehat ini, maka akan menjadi sugesti tersendiri buat kita terutama seorang '*ekstrovert*'.

Berdasarkan definisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa tipe kepribadian merupakan sifat yang khusus yang mempengaruhi secara khas perilaku-perilaku individu setiap harinya.

### 3. Ciri-ciri Ekstrovert

Jung dalam Alwisol (2015) menyatakan bahwa ciri-ciri *Ekstrovert* sebagai berikut :

- a. Mengarahkan pribadi ke pengalaman objektif
- b. Memusatkan perhatian ke dunia luar dari pada berfikir mengenai persepsi
- c. Cenderung berinteraksi dengan orang disekitar, aktif dan ramah.

Menurut Chaplin dalam Naisaban (2015) *ekstravert* adalah suatu kecenderungan yang mengarahkan kepribadian yang lebih banyak ke luar dari pada kedalam sendiri. Ciri-ciri *ekstrovert* menurut Chaplin dalam Naisaban (2015) sebagai berikut:

- a. Mempunyai sifat sosial

- b. Lebih banyak berbuat daripada berkontenplasi (merunung dan berpikir).
- c. Orang yang penuh motif-motif yang dikordinasi oleh kejadian-kejadian eksternal.

Teori Jung dalam Naisaban (2015) diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa sikap *ekstrovert* mengarahkan pribadinya ke pengalaman objektif, memusatkan perhatian ke dunia luar daripada berfikir mengenai persepsinya, cenderung berinteraksi dengan orang sekitar, aktif dan ramah. Orang *ekstrovert* bersikap positif terhadap masyarakat, hatinya terbuka, mudah bergaul, serta hubungan dengan orang lain lancar. Jung (dalam Feist dan Feist, 2012) menguraikan perilaku *introvert* sebagai orang yang pendiam, menjauhkan diri dari kejadian-kejadian luar, tidak mau terlibat dalam dunia objektif, tidak senang berada di tengah keramaian orang banyak. Semakin banyak orang semakin banyak pula daya tolaknya. Seorang *introvert* tidak begitu antusias dengan kumpulan-kumpulan. Orang *introvert* melakukan segala sesuatu menurut caranya sendiri, menutup diri terhadap pengaruh dunia luar. Orang *introvert* adalah orang yang tidak mudah percaya, kadang menderita perasaan rendah diri oleh karena itu orang *introvert* gampang cemburu dan iri hati. Orang *introvert* menghadapi dunia luar dengan suatu sistem ilmuwan,cermat, berhati-hati, menurut kata hati, sopan santun dan penuh curiga. Jung juga menambahkan bahwa orang *introvert* terutama dipengaruhi oleh dunia subjektif, yaitu dunia didalam diri sendiri. Orientasinya terutama tertuju kedalam pikiran, perasaan, serta tindakan-tindakanya terutama ditentukan oleh faktor-faktor subjektif. Penyesuaian diri dengan dunia luar kurang baik, jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain,

kurang dapat menarik hati orang lain. Penyesuaian dengan hatinya sendiri baik. Kekurangan dari tipe *introvert* adalah terlalu jauh dari dunia objektifnya, sehingga lepas dari dunia objektif dan terlalu subjektif dalam berbagai hal.

Sedangkan pendapat Jung (dalam Feist dan Feist, 2012) menyebutkan bahwa introvert adalah aliran energy psikis kearah dalam yang memiliki orintasi subjektif. Introvert memiliki pemahaman yang baik terhadap dunia dalam diri sendiri dengan semua bias, fantasi, mimpi dan perspsi yang bersifat individu. Orang-orang introvert akan menerima dunia luar dengan sangat selektif dan dengan pandangan subjektif.

Pendapat jung diatas disimpulkan bahwa sikap introvert mengarahkan pribadi pengalaman subjektif, memuaskan diri sendiri pada dunia dalam dan privasi dimana realita hadir dalam bentuk amatan, cenderung menyendiri, pendiam atau tidak ramah bahkan antisosial. Penyesuaian diri dengan dunia luar kurang baik, jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, kurang dapat menarik hati orang lain.

#### **D. Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari Tipe Kepribadian**

Perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa dengan mendahulukan proses pengambilan keputusan. Predikat konsumtif biasanya melekat pada diri seseorang apabila seseorang tersebut membeli barang atau jasa di luar kebutuhan rasional (Mangkunegara, 2009). Selanjutnya (Mangkunegara, 2009) mengatakan bahwa fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa masyarakat yang

berperilaku konsumtif tidak melihat usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Mereka bisa saja dari kaum remaja, dewasa dan orang tua namun beberapa penelitian melaporkan bahwa remaja cenderung berperilaku konsumtif.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Wagner (2009) bahwa remaja ingin diakui keberadaannya oleh lingkungan sekitar sehingga perilaku konsumsi yang dilakukan oleh remaja hanya untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Remaja dapat dikaitkan dengan perilaku konsumtif karena sebagian besar dari remaja belum mempunyai penghasilan sendiri namun banyak remaja yang memiliki pengeluaran cukup besar.

Begitu juga Munandar (2006) menyatakan bahwa karakteristik perilaku konsumtif yaitu, pertama orang yang mudah terbujuk rayuan penjual. Kedua, punya perasaan tidak enak pada penjual. Orang yang ketika masuk toko, dan tidak membeli sesuatu memiliki perasaan yang tidak enak pada penjual, apalagi jika sampai mencoba dan bertanya-tanya tentang barang dan kemudian tidak jadi membeli. Ketiga, orang yang suka terburu-buru. Hal tersebut akan membuat seseorang akan tergesa-gesa dalam menentukan pilihan barang yang akan dibelinya. Individu akan membeli barang karena keinginan sesaat dan tidak memiliki banyak pertimbangan.

Selain itu, Schiffman dan Kanuk (2004) menyatakan bahwa dalam membeli barang konsumen dipengaruhi motif emosional seperti hal-hal yang bersifat pribadi atau subyektif seperti status, harga diri, perasaan cinta dan lain sebagainya. Konsumen yang dipengaruhi oleh motif emosional tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibelinya sesuai dengan dirinya, sesuai

dengan kebutuhannya, sesuai dengan kemampuannya dan sesuai dengan standar atau kualitas yang diharapkannya. Hal inilah yang menyebabkan individu dapat berperilaku konsumtif.

Mangkunegara (2009) salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kepribadian karena kepribadian dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku seorang individu. Faktor kepribadian merupakan faktor bawaan yang melekat yang dipengaruhi oleh faktor genetik dan lingkungan. Eysenck (dalam Alwisol, 2009) juga mengklasifikasikan seseorang berdasarkan dua tipe kepribadian, yaitu tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert. Orang introvert lebih menyukai aktivitas yang tidak menarik dan cenderung membosankan, mereka lebih menyukai aktivitas rutin mereka dengan orang-orang yang sama. Orang yang introvert lebih menarik diri dan menghindari situasi di sekelilingnya yang dapat membuatnya kelebihan rangsangan. Pribadi *introvert* memiliki ciri yaitu: tidak sosial, pendiam, pasif, ragu, banyak fikiran, sedih, penurut, pesimis, penakut. Pribadi *ekstrovert* memilih berpartisipasi dalam kegiatan bersama, pesta hura-hura, olahraga beregu (sepak bola, arung jeram), minum alkohol dan menghisap mariyuana. Eysenck berpendapat bahwa pribadi *ekstrovert*, kebalikan dari pribadi introvert dan memiliki ciri kepribadian *ekstrovert*, yaitu sosiabel, lincah, aktif, asertif, mencari sensasi, riang, dominan, bersemangat, dan berani. Karakter *introvert* cenderung menyendiri, sedangkan ekstrovert cenderung suka berkelompok.

Mahasiswa yang bertipe kepribadian *ekstrovert* memiliki kecenderungan dalam berperilaku konsumtif karena berdasarkan karakteristiknya mereka

tergolong orang yang berani mengambil resiko, termasuk dalam pembelian produk jika dibandingkan dengan siswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Hal ini didukung pendapat Setiadi (2003) mengungkapkan bahwa tipe kepribadian *ekstrovert* cenderung memiliki perilaku konsumtif yang inovatif yaitu derajat seseorang untuk menginginkan atau mencoba sesuatu yang baru termasuk dalam penggunaan produk baru atau merek terbaru.

Individu dengan tipe kepribadian *introvert* cenderung mengarahkan dan menyalurkan perhatiannya ke dalam diri sendiri dimana nilai-nilai subjektif lebih berpengaruh pada dirinya daripada nilai-nilai objektif (Naisaban, 2003). Individu *introvert* dalam membeli produk lebih memperhatikan kegunaan produk tersebut daripada terpengaruh terhadap trend atau pola konsumsi golongan sosial ekonomi atas karena mereka berusaha membeli barang untuk tidak menjaga kedudukan, harga diri dan kebutuhan akan diakui oleh orang lain disekitarnya (Sumartono, 2002).

Individu yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi daripada individu dengan tipe kepribadian *introvert*. Penelitian yang mendukung adalah penelitian Rubianti (2014) yang mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan minat membeli di media online ditinjau dari tipe kepribadian *introvert* dan *ekstrovert*. Tipe kepribadian *ekstrovert* lebih berminat dalam membeli.

Adapun penelitian terdahulu dengan judul: Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas (Puspitadewi, 2016). Penelitian ini juga menunjukkan adanya perbedaan nilai rata-rata pada

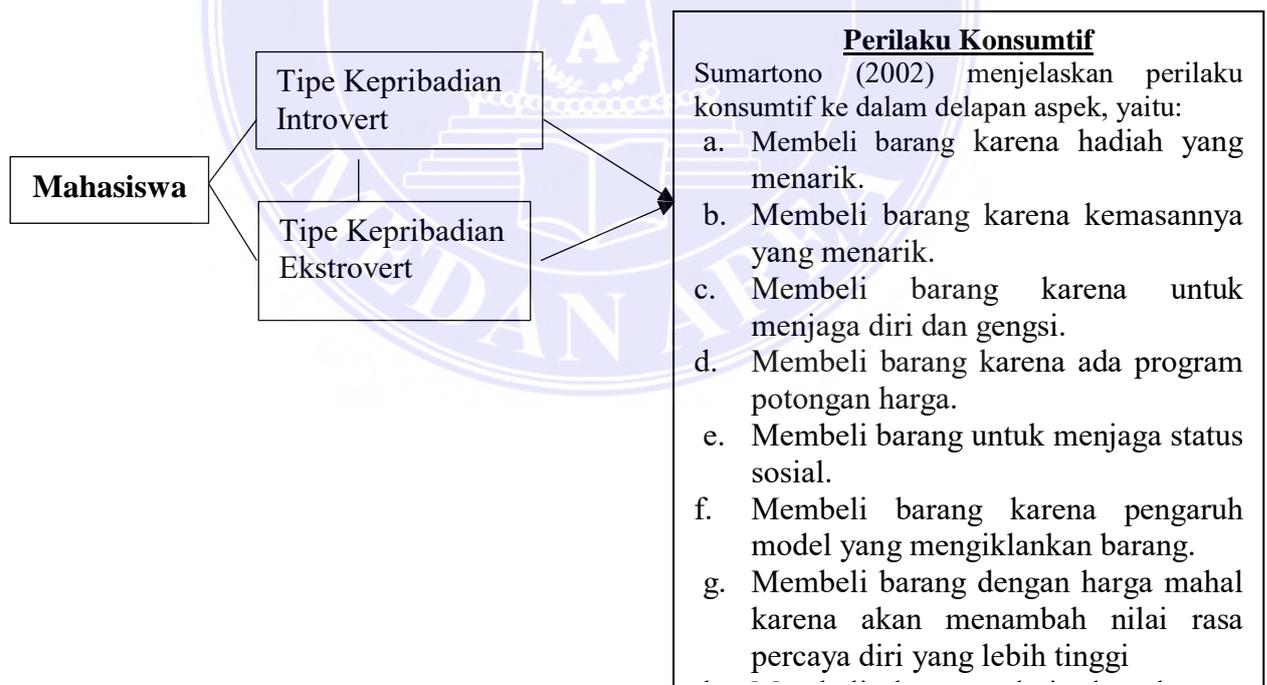
variabel kecenderungan perilaku konsumtif siswa yang bertipe kepribadian *ekstrovert* sebesar 102,63 dan pada siswa yang bertipe kepribadian *introvert* sebesar 97,91. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif pada siswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* lebih tinggi daripada siswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian.

Penelitian selanjutnya Perbedaan Perilaku Konsumtif Siswa SMK Karya Rini ditinjau dari Tipe Kepribadian (Undari, 2017). Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian *introvert* dan *ekstrovert* sebesar 0,030 dengan  $p < 0,05$  dengan skor rata-rata perilaku konsumtif pada siswa dengan tipe kepribadian *ekstrovert* (104,56) lebih besar dibandingkan skor rata-rata perilaku konsumtif pada siswa dengan tipe kepribadian *introvert* (100,13).

Penelitian selanjutnya Pengaruh Kepribadian *Introvert* dan *Ekstrovert* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di SMA Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di SMA Muhammadiyah Medan. Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan ada pengaruh antara kepribadian *ekstrovert* dengan perilaku konsumtif dengan  $p\text{-value} = 0,000$  dengan koefisien korelasi  $r_{x2y} = 0,825$  dengan determinasi  $r^2$  sebesar 0,680 (68 %). Ada pengaruh kepribadian *introvert* dan *ekstrovert* dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Muhammadiyah Medan, dengan koefisien korelasi ( $r_{x1x2y}$ ) 0,893 dengan  $p\text{ value} = 0,000$ . Dengan determinasi  $r^2$  sebesar 0,797 (79,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa siswa

dengan kepribadian *ekstrovert* memiliki perilaku konsumtifnya tinggi, dengan demikian ketiga hipotesisnya di terima. Disarankan kepada para siswa untuk mengendalikan perilaku konsumtif dengan menerapkan perilaku hidup hemat dan juga dapat menekan perilaku konsumtif dengan melakukan hal yang lebih bermanfaat dilingkungannya.

### E. Kerangka Konseptual



## F. **Hipotesis**

Berdasarkan tinjauan teori di atas dan uraian permasalahan yang dikemukakan, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut: Ada Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian, dengan asumsi bahwa tipe kepribadian ekstrovert memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dibandingkan tipe kepribadian introvert



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif komparatif. Jenis pendekatan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain dan disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2014) mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menguak angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Sedangkan dikatakan sebagai penelitian komparatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah antara dua variabel ada perbedaan dalam suatu aspek yang diteliti. Secara khusus dalam penelitian ini akan menyelidiki perbedaan perilaku konsumtif dari tipe kepribadian

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

- 1) Variabel tergantung (Y) : Perilaku Konsumtif
- 2) Variabel bebas (X) : X1 Tipe Kepribadian *ekstrovert*  
X2 Tipe Kepribadian *introvert*

### C. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, dibuat suatu defenisi operasional variabel:

#### a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan karena adanya kebutuhan, melainkan karena adanya suatu keinginan yang ingin dicapai individu. Pengambilan data, dalam penelitian ini menggunakan aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu: Membeli barang karena hadiah yang menarik, Membeli barang karena kemasannya yang menarik, Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, Membeli barang karena ada program potongan harga, Membeli barang untuk menjaga status sosial, Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

#### b. Tipe Kepribadian

Tipe kepribadian adalah sifat yang khusus yang mempengaruhi secara khas perilaku-perilaku individu setiap harinya. Dalam penelitian ini diambil adalah tipe kepribadian ekstrovert dan tipe kepribadian introvert.

Pengambilan data menggunakan skala *multiple choice* yang disusun berdasarkan ciri-ciri tipe kepribadian sebagai berikut:

Orang yang *ekstrovert* sangat menaruh perhatian mengenai orang lain dan dunia sekita, aktif, santai tertarik dengan dunia luar. *Ektrovert* lebih terpengaruh oleh dunia luar , daripada dunia dalamnya sendiri.

Orang-orang yang *introvert* ditandai oleh kecenderungan mudah tersinggung, perasaan gampang terluka, mudah gugup, rendah diri, mudah melamun, sukar tidur.

#### **D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **1. Populasi**

Ada banyak cara untuk mengartikan sebuah populasi, namun demikian secara substansi bermakna sama. Populasi yaitu kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Nazir, 2003). Pada penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 204 Mahasiswa Akutansi.

##### **2. Teknik Pengambilan Sampel**

Penentuan subjek yang menjadi sampel penelitian menggunakan metode *Purposive Sampling*. Dimana menurut Sugiyono (2010) *purposive Sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel yang diambil berdasarkan ciri dan karakteristik tertentu. Adapun karakteristik sebagai berikut:

- a. Memiliki perilaku konsumtif
- b. Mahasiswa stambuk 2018
- c. Mahasiswa jurusan Akutansi

### 3. Sampel

Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Hal ini dikarenakan mahasiswa pada kelas pagi memiliki jumlah sesuai kriteria penelitian kuantitatif. Sampel penelitian dengan jumlah sebanyak 90 Orang. Adapun jumlah mahasiswa bertipe kepribadian introvert sebanyak 43 orang dan Ekstrovert sebanyak 47 orang. Sebanyak 88 orang mahasiswa pada kelas malam dan tidak diambil menjadi sampel penelitian.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan model skala. Menurut Hadi (2000) Skala adalah suatu metode penelitian dengan menggunakan daftar pernyataan yang harus dijawab dan dikerjakan oleh orang yang menjadi subyek penelitian. Sependapat dengan ahli diatas, Arikunto (2001) juga mengatakan bahwa skala adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan dalam memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan atau hal-hal yang diketahuinya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model skala likert sehingga untuk mendapatkan data yang diharapkan peneliti menggunakan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif diukur berdasarkan aspek menurut Sumartono (2002), yaitu: Membeli barang karena hadiah yang menarik, Membeli barang karena kemasannya yang menarik, Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, Membeli barang karena ada program potongan harga, Membeli barang untuk menjaga status sosial, Membeli barang karena pengaruh model yang

mengiklankan barang, Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

Adapun skala penelitiannya menggunakan adalah skala Likert yang terdiri dari pernyataan-pernyataan dalam bentuk favourable dan unfavourable. Dengan menggunakan empat alternatif pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan favourable adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 4, Setuju (S) mendapat nilai 3, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 2, Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 1. Untuk pernyataan yang bersifat unfavourable adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 1, Setuju (S) mendapat nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 4.

## **F. Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Validitas**

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keahlian suatu instrument (Alat ukur). Instrument yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berkaitan dengan persoalan, apakah kita benar-benar mengukur apa yang kita pikirkan sedang kita ukur. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana

data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (juga mengukur variabel) karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data (ukuran) yang sama. Instrument yang reliabel atau dapat dipercaya atau handal, akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Istilah yang mengatakan bahwa instrument harus reliabel sebenarnya mengandung arti bahwa instrument tersebut cukup baik, sehingga mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya (Arikunto, 2002).

## G. Analisis Data

Metode analisis data adalah cara untuk mengelola data, menganalisis data sehingga menghasilkan kesimpulan atau konfirmasi yang bermakna dalam suatu penelitian. Karena data yang terkumpul berupa angka-angka maka metode yang digunakan adalah metode statistik. Menurut Hadi (2011) alasan digunakan metode statistik karena statistik bekerja secara universal dalam arti dapat digunakan pada semua bidang penelitian.

T test adalah salah satu statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sample yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan signifikan. Alasan digunakan tehnik ini karena jumlah sample belum di ketahui.

Karena penelitian ini diterapkan pada mahasiswa ekonomi dengan kepribadian yang berbeda, maka harus tahu berapa jumlah sampel masing-masing kelas yang akan dijadikan sample penelitian.

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik Analisis T test "t", maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data-data penelitian, antara lain:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s / \sqrt{n}}$$

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian untuk melihat apakah penelitian yang diperoleh memiliki sebaran normal atau mengikuti bentuk kurva normal.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan:

- X<sup>2</sup> = Nilai X<sup>2</sup>
- O<sub>i</sub> = Nilai observasi
- E<sub>i</sub> = Nilai expected / harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi) (pi x N)
- N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

### 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas untuk melihat sampel homogeny atau tidak dan pengujian mengenai sama tidaknya variasi-variasi dua buah distribusi atau lebih. Uji

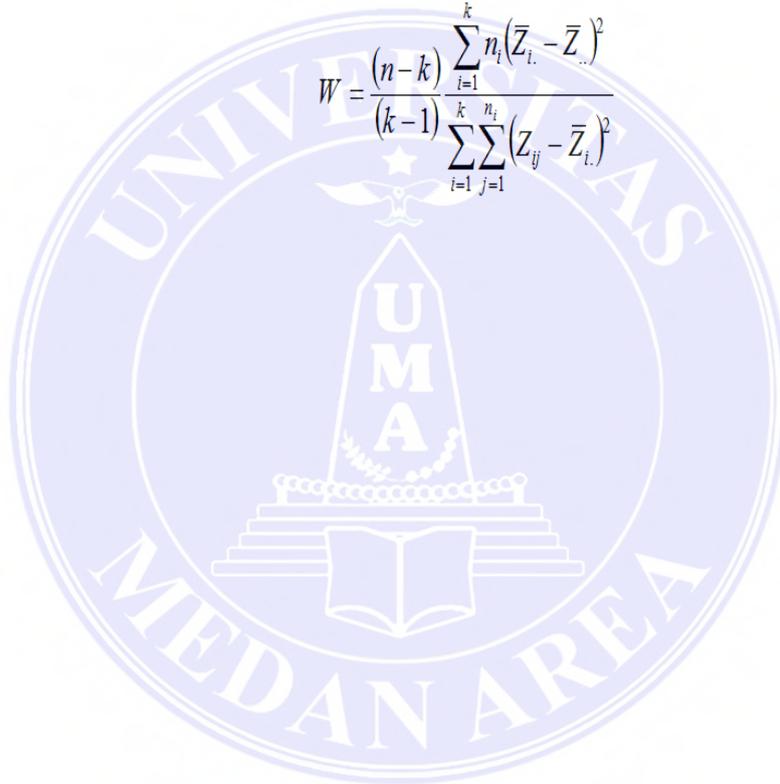
homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah subjek penelitian variable X dan variable Y bersifat homogeny atau tidak.

$$H_0 : \sigma_1 = \sigma_2 = \dots = \sigma_k.$$

$$H_1 : \sigma_i \neq \sigma_j \text{ untuk sedikitnya satu pasang } (i, j).$$

Formula Lavene adalah sebagai berikut:

$$W = \frac{(n-k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_i - \bar{Z}_{..})^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{Z}_i)^2}$$



## **BAB V**

### **SIMPULAN & SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil perhitungan dari Analisis varian 1 jalur, diketahui terdapat Perbedaan Perilaku Konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian, dengan asumsi bahwa tipe kepribadian ekstrovert memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dibandingkan tipe kepribadian introvert. Hasil ini diketahui dengan melihat nilai atau koefisien perbedaan dengan koefisien  $F = 338,200$  dengan  $p = 0.000, < 0,010$ . Berdasarkan hasil ini berarti hipotesis yang diajukan yang berbunyi ada perbedaan dinyatakan diterima.

#### **B. Saran**

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain :

##### **1. Saran Kepada Subjek Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan agar mengontrol perilaku konsumtif antara lain dengan cara mengikuti kegiatan yang lebih bermanfaat agar sikap ingin belanja secara berlebihan akan mudah teralihkan. Selain itu diharapkan untuk mengikuti seminar terkait masalah perilaku konsumtif.

##### **2. Saran Lembaga Pendidikan**

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan kepada pihak fakultas untuk memberikan edukasi serta seminar terkait perilaku konsumtif dan dampaknya,

selain itu memberikan pandangan dan model agar dampak dari perilaku konsumtif dapat lebih teratasi.

3. Buat Peneliti Berikutnya

Berdasarkan penelitian, peneliti dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain: budaya, sosial, dan faktor psikologis.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. 2015. *Psikologi Kepribadian-Edisi Revisi*. Malang: UMM Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. : Rineka Cipta
- Ahmadi.2005. *Faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi belajar mengajar*.Bandung:Pustaka Setia.
- Blackwell, D. Roger, Paul W. Miniard, James F. Engels. 2015 *Consumer Behavior*. South-Western Collage Pub.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama.
- Chen, T. (2011). Personality Traits Hierarchy of Online Shoppers. *Journal of Marketing Studies*, 3 (4), Online. <http://www.ccsenet.org/>. Diakses 5 Desember 2015.
- Chris sjahbuana. 2014. *Konsumerisme*: <https://prezi.com/f9-5ibxd8pdu/konsumerisme/>
- Chita, R.C.M., David, L., Pali, C. 2015. *Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. *Jurnal e-Biomedik*. Vol 3. No 1. Hal 297-302.
- Departemen Pendidikan Nasional . 2008 .*Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 27 Tahun 2008 Tentang Standar akademik dan Kompetensi Konselor*.[On Line ]. Tersedia : <http://www.bnsp-indonesia.org/document.php?id=44>. Di akses 22 Mei 2012 08.30
- Feist, Jess dan Feist, Gregory J. 2009. *Teori Kepribadian, Theories of Personality Buku 2 Edisi7* . Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghufron, M.N & Risnawita, R.S. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu

- Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung :CV Yrama Widya.
- Hurlock, Elizabeth B. (2011). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga
- Heni, S.A. 2013. Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*.
- KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>, [Diakses 21 Juni 2016].
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT IndeksKelompok Gramedia
- Lu, H. P & Kuo, L. H. (2010). The Influence of Extro/Introversion on the Intention to Pay for Social Networking Sites. *Journal of Information & Management*, 47 (3), Online. <http://www.researchgate.net>. Diakses 5 Desember 2014.
- Mangkunegara, A. P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Munandar, A.S. (2006). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Monks, dkk. 2013. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Naisaban, L. (2003). *Psikologi Jung*. Jakarta: Grasindo.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Oktaviani, D. (2022). *HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN EXTRAVERT DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR* (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Patriana, P. (2007). *Hubungan Antara Kemandirian Dengan Motivasi Bekerja Sebagai Pengajar Les Privat Pada Mahasiswa Di Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Puspitadewi, Indah, C. I., & Rahyuda, H. (2016). Pengaruh DER, ROA, PER dan EVA Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Food And Beverage di BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol. 5, No. 3, 2016: 1429-1456.*
- Rubianti, L. (2014). Minat Membeli di Media Online Ditinjau dari Tipe Kepribadian. *Jurnal Psikologi, 2 (1), Online. <http://ejournal.umm.ac.id/>. Diakses 4 Desember 2015.*
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. (Alih Bahasa: Zulkifli Kasif). Jakarta: Indeks.
- Setiaji, J., dkk. 2015. *Pengaruh Gliserol pada Media Tryptic Soy Broth (TSB) terhadap Viabilitas Bakteri Aeromonas hydrophila*. *Jurnal Dinamika Pertanian 1*, vol. XXX no. 1'
- Spiegel, Murray .R. 1961. *Theory and Problem of Statistics*, New York: Mc Graw Hill.
- Setiadi, J. (2003). *Perilaku Kosnumen, Konsep dan Implikas untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Kencana.
- Schiffman&Kanuk. 2004. *PerilakuKonsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall
- Shohibullana, I. H. (2014). *Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA (Ditinjau dari Lokasi Sekolah)*. *Jurnal Psikologia. 2 (1), Online. <http://ejournal.umm.ac.id/>. Diakses 3 Desember 2013.*
- Siswoyo. Dkk. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2003). *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryabrata, Sumadi. 2013. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Suryabrata, S. (2010). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Rajawali.
- Swastha, B. *Pemasaran Yogyakarta*. (2008). Modern. Manajemen Liberty:
- Tambunan, Tulus T.H. 2001. *Transformasi Ekonomi di Indonesia: Teori dan Penemuan Empiris, Edisi Pertama*, Jakarta: Salemba Empat

Wagner. (2009). *Gaya Hidup Shopping Mall sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Remaja di Perkotaan*. Skripsi. Online. <http://repository.ipb.ac.id/>. Diakses 3 Desember 2015.

Wardani. 2009. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Winkel, 2010. *Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan*, Yogyakarta : Media Abadi

Yusuf Gunawan, (2007). PADU, *Kapita Selekta*. Jurnal Anak Usia Dini. Jakarta: PLS Ditjen Departemen Pendidikan Nasion



**LAMPIRAN DATA PENELITIAN**

PERILAKU KONSUMTIF																																																													TOTAL	KODE SUBJEK	
NO	AITEM	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	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59			
1		2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	4	3	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	4	3	1	1	2	2	3	4	3	3	55	1
2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	56	1		
3		2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	49	1					
4		2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	50	1				
5		3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	53	1		
6		2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	50	1				
7		2	2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	51	1				
8		2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	50	1					
9		3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	55	1					
10		2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52	1				
11		2	2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	51	1						
12		2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	51	1				
13		3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	55	1						
14		2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52	1					
15		2	2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	54	1			
16		2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52	1				
17		3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	1	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	55	1			
18		2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	47	1					
19		2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	50	1				
20		1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	3	2	1	1	2	1	2	3	1	48	1		
21		2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	48	1					
22		2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	50	1				
23		1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	46	1				
24		3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	57	1				
25		2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52	1				
26		2	2	1	2	2	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	1	3	2	2	2	1	2	3	1	3	2	2	1	2	3	1	3	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	51	1					
27		2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52	1				
28		3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	53	1			





## IDENTITAS SAMPEL

Nama : ..... (boleh inisial)  
 Usia : ..... tahun  
 Jenis Kelamin : .....

Jawablah setiap nomor pernyataan sesuai keadaan, perasaan, dan pikiran Anda. Kerja sama saudara sangat saya butuhkan sebagai sarana penelitian dalam penyusunan skripsi. **Penelitian ini sangat mengharapkan kejujuran dan keseriusan dalam memberikan jawaban.** Jawaban sama sekali tidak mempengaruhi hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas maupun pekerjaan Anda. Peneliti menjamain kerahasiaan saudara.

### II. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

1. Tulislah Identitas Anda pada tempat yang telah disediakan.
2. Di dalam skala ini akan disajikan sejumlah pernyataan, bacalah setiap pernyataan dengan teliti. Tugas Anda adalah memilih salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Anda. Jawaban diberikan dengan memberikan **tanda silang (X)** pada kolom yang telah disediakan di setiap butir butir pernyataan. Dan setiap butir pernyataan jangan sampai terlewat. Adapun pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:
 

SS : Bila merasa **SANGAT SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.  
 S : Bila merasa **SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.  
 TS : Bila merasa **TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.  
 STS : Bila merasa **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.
3. Anda diharapkan menjawab semua pernyataan, jangan sampai ada yang terlewatkan.
4. Angket ini bukanlah suatu tes, jadi tidak ada jawaban yang salah. Semua jawaban adalah benar, asal benar-benar sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri Anda.
5. Kesungguhan dan jawaban yang sesuai keadaan yang sebenarnya dalam memilih tanggapan sangat menentukan kualitas penelitian ini.

**Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih**

N O	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya senang berbelanja jika mendapatkan hadiah	SS	S	TS	STS
2.	Saya malas melihat kemasan yang aneh	SS	S	TS	STS
3.	Saya membeli barang mahal agar terlihat lebih dari teman yang lain.	SS	S	TS	STS
4.	Saya tidak tertarik dengan hadiah dari produk	SS	S	TS	STS
5.	Saya akan beli barang dengan kemasan yang lucu	SS	S	TS	STS
6.	Dengan membeli barang baru saya menjadi pusing karena mendapatkan hadiah yang tidak bermanfaat	SS	S	TS	STS
7.	Saya membeli parfume kerana botolnya yang unik	SS	S	TS	STS
8.	Saya tidak ingin terlihat lebih dari teman lain	SS	S	TS	STS
9.	Dengan membeli barang-barang saya mendapatkan hadiah menarik	SS	S	TS	STS
10.	Saya tidak tertarik membeli barang baru meskipun diskon	SS	S	TS	STS
11.	Saya memiliki barang yang teman saya tidak mampu membelinya	SS	S	TS	STS
12.	Saya membeli parfume karena wanginya saya suka	SS	S	TS	STS
13.	Saya mengikuti tren memakai hp terbaru	SS	S	TS	STS
14.	Saya tidak mampu membeli barang yang dimiliki teman saya	SS	S	TS	STS
15.	Saya akan membeli barang diskon meskipun memakai tabungan	SS	S	TS	STS
16.	Saya tidak tertarik mengikuti hp yang sedang booming	SS	S	TS	STS
17.	Saya akan memburu barang diskon setiap minggu	SS	S	TS	STS
18.	Saya tidak suka membandingkan merk barang yang saya gunakan	SS	S	TS	STS
19.	Saya tertarik membeli barang karena iklan	SS	S	TS	STS
20.	Saya akan membeli barang yang harganya terjangkau	SS	S	TS	STS
21.	Meskipun barang milik saya masih bagus, saya tetap akan mengganti dengan yang baru	SS	S	TS	STS
22.	Ketika melihat iklan saya tidak berniat untuk membelinya	SS	S	TS	STS
23.	Saya akan membeli barang meskipun harganya mahal	SS	S	TS	STS
24.	Saya puas memakai barang murah	SS	S	TS	STS
25.	Saya senang membeli barang dari promosi yang ada di social media	SS	S	TS	STS
26.	Saya tidak mempercayai sepenuhnya barang yang mahal	SS	S	TS	STS
27.	Saya akan mencoba barang yang sama dengan merek berbeda	SS	S	TS	STS
28.	Menurut saya promosi disosial media belum tentu menjamin barang tersebut	SS	S	TS	STS
29.	Saya percaya barang mahal akan memuaskan	SS	S	TS	STS

30.	Saya akan membeli barang jika saya butuhkan tanpa melihat diskon	SS	S	TS	STS
31.	Saya memilih barang dengan merk yang saya puas untuk memakainya	SS	S	TS	STS
32.	Saya akan mengganti barang yang saya butuhkan jika sudah tidak layak lagi	SS	S	TS	STS
33.	Bonus dari belanja sangat menggurikan	SS	S	TS	STS
34.	Kemasan yang kreatif bisa dimiliki semua produk	SS	S	TS	STS
35.	Saya sangat senang bisa mendapatkan potongan harga	SS	S	TS	STS
36.	Saya tidak tertarik memiliki barang yang dilihat dari kemasannya	SS	S	TS	STS
37.	Saya membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	SS	S	TS	STS
38.	Bonus belanja tidak mampu menarik perhatian	SS	S	TS	STS
39.	Saya membeli barang atau jasa karena simbol status	SS	S	TS	STS
40.	Mendapatkan potongan harga sudah biasa	SS	S	TS	STS
41.	Saya akan membeli barang karena potongan harga	SS	S	TS	STS
42.	Saya membeli barang tidak karena gengsi	SS	S	TS	STS
43.	Saya akan memburu barang sale setiap minggu	SS	S	TS	STS
44.	Saya membeli barang bukan karena symbol status	SS	S	TS	STS
45.	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya, walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu	SS	S	TS	STS
46.	Saya tidak tertarik membeli barang baru meskipun ada potongan harga	SS	S	TS	STS
47.	Saya membeli produk baru karena rasa ingin tahu	SS	S	TS	STS
48.	Saya akan membeli barang jika saya butuhkan	SS	S	TS	STS
49.	Saya membeli barang atau jasa karena mengidolakan model yang mengiklan	SS	S	TS	STS
50.	Saya memakai sepatu yang nyaman tanpa harus mahal	SS	S	TS	STS
51.	Apabila saya merasa tertarik dengan tayangan iklan maka biasanya saya akan berusaha mencari informasi secara detail tentang produk tersebut.	SS	S	TS	STS
52.	Saya membeli produk tidak untuk coba-coba	SS	S	TS	STS
53.	Memakai barang bermerk membuat saya lebih leluasa tampil di depan umum	SS	S	TS	STS
54.	Saya tidak mengidolakan produk tertentu	SS	S	TS	STS
55.	Terkadang saya suka membandingkan kualitas produk dengan jalan membeli dan menggunakan dua produk sejenis dengan merek yang berbeda	SS	S	TS	STS
56.	Saya tetap percaya diri dengan penampilan apa adanya	SS	S	TS	STS
57.	Setiap belanja saya akan membeli barang yang sama dengan merk yang berbeda	SS	S	TS	STS
58.	Saya membeli barang tidak karena bintang iklannya	SS	S	TS	STS
59.	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan trendy.	SS	S	TS	STS

60.	Saya tidak suka membeli barang berlebih	SS	S	TS	STS
61.	Saya membeli barang karena bentuknya yang langka	SS	S	TS	STS
62.	Saya membeli produk yang membuat saya terlihat sopan	SS	S	TS	STS
63.	Saya suka dilihat berbeda karena produk yang saya pakai memiliki kemasan yang berbeda dari yang lain	SS	S	TS	STS
64.	Saya tidak belanja dengan barang yang berbeda merk	SS	S	TS	STS



**RELIABILITY**

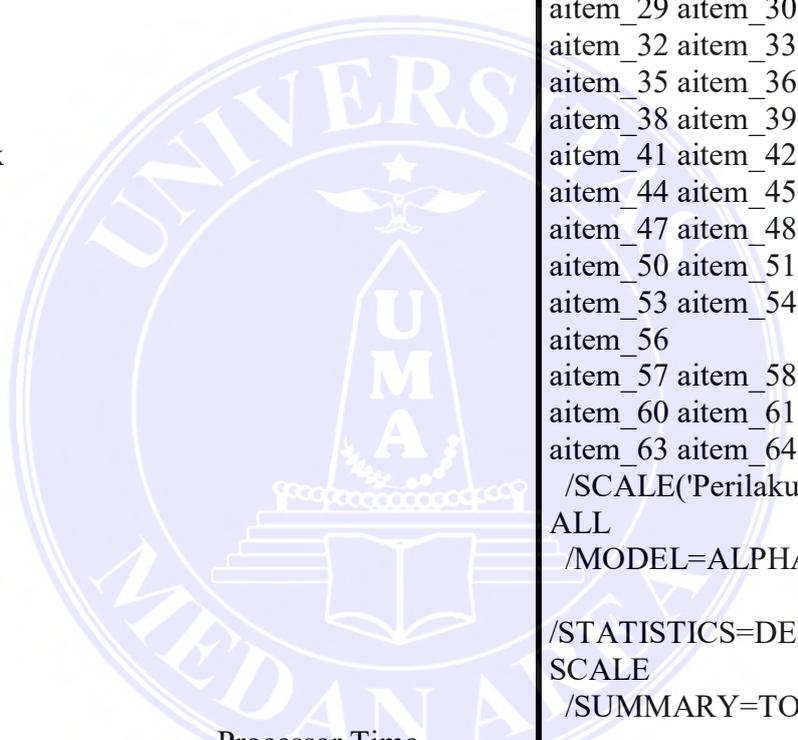
```

/VARIABLES=aitem_1 aitem_2 aitem_3 aitem_4 aitem_5 aitem_6 aitem_7
aitem_8 aitem_9 aitem_10 aitem_11 aitem_12 aitem_13 aitem_14 aitem_15
aitem_16 aitem_17 aitem_18 aitem_19 aitem_20 aitem_21 aitem_22 aitem_23
aitem_24 aitem_25 aitem_26 aitem_27 aitem_28 aitem_29 aitem_30 aitem_31
aitem_32 aitem_33 aitem_34 aitem_35 aitem_36 aitem_37 aitem_38 aitem_39
aitem_40 aitem_41 aitem_42 aitem_43 aitem_44 aitem_45 aitem_46 aitem_47
aitem_48 aitem_49 aitem_50 aitem_51 aitem_52 aitem_53 aitem_54 aitem_55
aitem_56
aitem_57 aitem_58 aitem_59 aitem_60 aitem_61 aitem_62 aitem_63 aitem_64
/SCALE('Perilaku Konsumtif') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

**Reliability**

**Notes**

Output Created		29-DEC-2021 12:34:46
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

<p>Syntax</p> 	<pre> RELIABILITY /VARIABLES=aitem_1 aitem_2 aitem_3 aitem_4 aitem_5 aitem_6 aitem_7 aitem_8 aitem_9 aitem_10 aitem_11 aitem_12 aitem_13 aitem_14 aitem_15 aitem_16 aitem_17 aitem_18 aitem_19 aitem_20 aitem_21 aitem_22 aitem_23 aitem_24 aitem_25 aitem_26 aitem_27 aitem_28 aitem_29 aitem_30 aitem_31 aitem_32 aitem_33 aitem_34 aitem_35 aitem_36 aitem_37 aitem_38 aitem_39 aitem_40 aitem_41 aitem_42 aitem_43 aitem_44 aitem_45 aitem_46 aitem_47 aitem_48 aitem_49 aitem_50 aitem_51 aitem_52 aitem_53 aitem_54 aitem_55 aitem_56 aitem_57 aitem_58 aitem_59 aitem_60 aitem_61 aitem_62 aitem_63 aitem_64 /SCALE('Perilaku Konsumtif') ALL /MODEL=ALPHA  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.                 </pre>
	<p>Resources</p>

[DataSe0]

**Scale: Perilaku Konsumtif****Case Processing Summary**

	N	%
Valid	90	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	90	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,960	64

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	2,36	,605	90
aitem_2	2,18	,572	90
aitem_3	2,14	,439	90
aitem_4	2,10	,582	90
aitem_5	2,13	,837	90
aitem_6	2,26	,758	90
aitem_7	2,07	,716	90
aitem_8	1,77	,582	90
aitem_9	1,97	,608	90
aitem_10	2,13	,479	90
aitem_11	2,18	,773	90
aitem_12	2,07	,700	90
aitem_13	2,46	,737	90
aitem_14	2,38	,680	90
aitem_15	2,29	,623	90
aitem_16	2,10	,475	90
aitem_17	2,21	,609	90
aitem_18	2,29	,640	90
aitem_19	2,26	,680	90
aitem_20	2,17	,604	90
aitem_21	1,99	,551	90

aitem_22	2,09	,664	90
aitem_23	2,09	,713	90
aitem_24	2,11	,756	90
aitem_25	2,03	,626	90
aitem_26	2,01	,662	90
aitem_27	2,04	,702	90
aitem_28	2,22	,776	90
aitem_29	2,23	,750	90
aitem_30	2,14	,743	90
aitem_31	2,28	,794	90
aitem_32	2,46	,810	90
aitem_33	2,03	,626	90
aitem_34	2,01	,662	90
aitem_35	2,04	,702	90
aitem_36	2,22	,776	90
aitem_37	2,23	,750	90
aitem_38	2,14	,743	90
aitem_39	2,28	,794	90
aitem_40	2,46	,810	90
aitem_41	2,03	,626	90
aitem_42	2,01	,662	90
aitem_43	2,04	,702	90
aitem_44	2,22	,776	90
aitem_45	2,23	,750	90
aitem_46	2,14	,743	90
aitem_47	2,28	,794	90
aitem_48	2,46	,810	90
aitem_49	2,46	,737	90
aitem_50	2,38	,680	90
aitem_51	2,29	,623	90
aitem_52	2,10	,475	90
aitem_53	2,21	,609	90
aitem_54	2,29	,640	90
aitem_55	2,26	,680	90
aitem_56	2,46	,737	90
aitem_57	2,38	,680	90
aitem_58	2,29	,623	90
aitem_59	2,10	,475	90
aitem_60	2,21	,609	90
aitem_61	2,29	,640	90
aitem_62	2,26	,680	90
aitem_63	2,16	,820	90
aitem_64	2,21	,609	90

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	138,00	525,303	,525	,959
aitem_2	138,18	528,125	,448	,959
<b>aitem_3</b>	<b>138,21</b>	<b>535,045</b>	<b>,246</b>	<b>,960</b>
aitem_4	138,26	530,147	,364	,960
aitem_5	138,22	520,737	,492	,959
aitem_6	138,10	520,069	,567	,959
aitem_7	138,29	523,893	,483	,959
<b>aitem_8</b>	<b>138,59</b>	<b>532,335</b>	<b>,282</b>	<b>,960</b>
<b>aitem_9</b>	<b>138,39</b>	<b>532,240</b>	<b>,272</b>	<b>,960</b>
aitem_10	138,22	529,860	,460	,959
aitem_11	138,18	515,878	,677	,959
aitem_12	138,29	525,197	,453	,959
aitem_13	137,90	519,507	,601	,959
aitem_14	137,98	522,404	,559	,959
aitem_15	138,07	525,187	,514	,959
aitem_16	138,26	530,507	,434	,959
aitem_17	138,14	523,496	,587	,959
aitem_18	138,07	525,029	,504	,959
aitem_19	138,10	523,552	,521	,959
aitem_20	138,19	530,357	,342	,960
<b>aitem_21</b>	<b>138,37</b>	<b>533,583</b>	<b>,249</b>	<b>,960</b>
aitem_22	138,27	524,422	,505	,959
aitem_23	138,27	522,490	,528	,959
aitem_24	138,24	517,940	,631	,959
aitem_25	138,32	524,198	,545	,959
aitem_26	138,34	522,363	,576	,959
aitem_27	138,31	520,644	,596	,959
aitem_28	138,13	518,589	,596	,959
aitem_29	138,12	520,873	,549	,959
aitem_30	138,21	524,977	,432	,959
aitem_31	138,08	520,792	,519	,959
aitem_32	137,90	519,170	,553	,959
aitem_33	138,32	524,198	,545	,959
aitem_34	138,34	522,363	,576	,959
aitem_35	138,31	520,644	,596	,959
aitem_36	138,13	518,589	,596	,959
aitem_37	138,12	520,873	,549	,959
aitem_38	138,21	524,977	,432	,959
aitem_39	138,08	520,792	,519	,959
aitem_40	137,90	519,170	,553	,959
aitem_41	138,32	524,198	,545	,959

aitem_42	138,34	522,363	,576	,959
aitem_43	138,31	520,644	,596	,959
aitem_44	138,13	518,589	,596	,959
aitem_45	138,12	520,873	,549	,959
aitem_46	138,21	524,977	,432	,959
aitem_47	138,08	520,792	,519	,959
aitem_48	137,90	519,170	,553	,959
aitem_49	137,90	519,507	,601	,959
aitem_50	137,98	522,404	,559	,959
aitem_51	138,07	525,187	,514	,959
aitem_52	138,26	530,507	,434	,959
aitem_53	138,14	523,496	,587	,959
aitem_54	138,07	525,029	,504	,959
aitem_55	138,10	523,552	,521	,959
aitem_56	137,90	519,507	,601	,959
aitem_57	137,98	522,404	,559	,959
aitem_58	138,07	525,187	,514	,959
aitem_59	138,26	530,507	,434	,959
aitem_60	138,14	523,496	,587	,959
aitem_61	138,07	525,029	,504	,959
aitem_62	138,10	523,552	,521	,959
<b>aitem_63</b>	<b>138,20</b>	<b>529,218</b>	<b>,274</b>	<b>,960</b>
aitem_64	138,14	523,496	,587	,959

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
140,36	540,232	23,243	64

NPAR TESTS  
 /K-S(NORMAL)=Y  
 /STATISTICS DESCRIPTIVES  
 /MISSING ANALYSIS.

**NPar Tests**

Notes	
Output Created	29-DEC-2021 12:42:26
Comments	
Input	Active Dataset DataSet1
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
N of Rows in Working Data File	90
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	NPAP TESTS /K-S(NORMAL)=Y /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time 00:00:00,02
	Elapsed Time 00:00:00,05
	Number of Cases 196608
	Allowed <sup>a</sup>

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet1]

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Perilaku Konsumtif	90	61,32	10,518	45	82

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Perilaku Konsumtif
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	61,32
	Std. Deviation	10,518
	Absolute	,159
Most Extreme Differences	Positive	,159
	Negative	-,123
Kolmogorov-Smirnov Z		1,013
Asymp. Sig. (2-tailed)		,206

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

```
T-TEST GROUPS=X(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=Y
/CRITERIA=CI(.95)
```

**T-Test**

**Notes**

Output Created		29-DEC-2021 12:44:55
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=X(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=Y /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet1]

**Group Statistics**

	Tipe Kepribadian	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Perilaku Konsumtif	Introvert	43	51,58	2,962	,452
	Ekstrovert	47	70,23	6,015	,877

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Perilaku Konsumtif	Equal variances assumed	20,757	,079	-18,390	88	,000	-18,653	1,014	-20,668	-16,637	
	Equal variances not assumed			-18,901	68,354	,000	-18,653	,987	-20,622	-16,684	

ONEWAY Y BY X  
 /STATISTICS DESCRIPTIVES HOMOGENEITY  
 /MISSING ANALYSIS.

### Oneway

#### Notes

Output Created		29-DEC-2021 12:43:18
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	90
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Syntax		ONEWAY Y BY X /STATISTICS DESCRIPTIVES HOMOGENEITY /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,05

[DataSet1]

#### Descriptives

##### Perilaku Konsumtif

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
Introvert	43	51,58	2,962	,452	50,67	52,49
Ekstrovert	47	70,23	6,015	,877	68,47	72,00
Total	90	61,32	10,518	1,109	59,12	63,53

**Descriptives**

## Perilaku Konsumtif

	Minimum	Maximum
Introvert	45	58
Ekstrovert	57	82
Total	45	82

**Test of Homogeneity of Variances**

## Perilaku Konsumtif

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
20,757	1	88	,079

**ANOVA**

## Perilaku Konsumtif

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7812,765	1	7812,765	338,200	,000
Within Groups	2032,891	88	23,101		
Total	9845,656	89			



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 762/FPSI/01.10/VIII/2021  
 Lampiran : -  
 Hal : Riset dan Pengambilan Data

18 Agustus 2021

Yth. Bapak/Ibu Wakil Rektor Bidang Administrasi  
 Universitas Medan Area  
 di  
 Tempat

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

Nama : **Wira Pratiwi**  
 NPM : **168600385**  
 Program Studi : Ilmu Psikologi  
 Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, Jl. Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jl. Gedung PBSI, Medan 20223** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19"**.

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 apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Institusi yang Bapak/Ibu pimpin.

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

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,



**Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog**

Tembusan  
 - Mahasiswa Ybs  
 - Arsip





# UNIVERSITAS MEDAN AREA

**Kampus I** : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
**Kampus II** : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
**Website:** www.uma.ac.id **E-Mail:** univ\_medanarea@uma.ac.id

---

Nomor : 3378/UMA/B/01.7/VIII/2021 26 Agustus 2021  
 Lamp. : 1 (satu) Berkas  
 Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
 Universitas Medan Area  
 di - M e d a n

Dengan hormat,

Sesuai dengan surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area nomor 762/FPSI/01.10/VIII/2021 tertanggal 18 Agustus 2021 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

**Nama** : Wira Pratiwi  
**No. Pokok Mahasiswa** : 168600385  
**Program Studi** : Psikologi  
**Fakultas** : Psikologi

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area melalui *Google Form*, untuk penunjang tugas akhir dengan judul Skripsi “Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19” Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Administrasi



**Dr. Achary Maharani Barus, SH, M.Hum**

**Tembusan :**  
 1. Mahasiswa Ybs  
 2. File





# UNIVERSITAS MEDAN AREA

**Kampus I** : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223  
**Kampus II** : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122  
**Website:** www.uma.ac.id **E-Mail:** univ\_medanarea@uma.ac.id

---

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 5598/UMA/B/01.7/XII/2021

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

<b>Nama</b>	<b>: Wira Pratiwi</b>
<b>No. Pokok Mahasiswa</b>	<b>: 168600385</b>
<b>Fakultas</b>	<b>: Psikologi</b>
<b>Program Studi</b>	<b>: Psikologi</b>

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul skripsi  
**“Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19”**.  
 Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 28 Desember 2021  
 An Rektor,  
 Wakil Rektor Bidang Administrasi



**Dr. Mary Maharsat Barus, SH, M.Hum**

Tembusan :

1. Fakultas Psikologi
2. Arsip

