

# **HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR VIJAR LABUHANBATU RAYA**

## **SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Gelar Sarjana Psikologi

Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Diajukan Oleh:

**M. FARHAN ARYANDI**

**19.860.0063**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**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

Document Accepted 23/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)23/10/23

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PADA ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR  
VIJAR LABUHANBATU RAYA**

**SKRIPSI**



**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR VIJAR LABUHANBATU RAYA


NAMA MAHASISWA : M. FARHAN ARYANDI

NO. STAMBUK : 19.860.0063

BAGIAN : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI


Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

  
**Adelin Australiati Saragih, S.Psi, M.Psi Psikolog**  
Pembimbing



**Prof. Hasanuddin, Ph.D**  
Dekan

  
**Laili Alfita, S.Psi, M.M, M.Psi, Psikolog**  
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian,  
dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tanggal Lulus : 29 September 2023

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

Document Accepted 23/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)23/10/23

## HALAMAN 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, 29 September 2023



M. Farhan Aryandi  
19.860.0063

## 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 : M. Farhan Aryandi  
NPM : 19.860.0063  
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 Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya. 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

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal : 29 September 2023  
Yang menyatakan



(M. Farhan Aryandi)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil penelitian ini adalah keseluruhan dari populasi berjumlah 53 orang. Skala kontrol diri disusun berdasarkan aspek menurut Averill (dalam Ghufron & Risnawati, 2011): Kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol Kognitif (*cognitif control*), Mengontrol Keputusan (*decesional control*). Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek menurut Fransisca & Suyasa (2005) menyebutkan aspek perilaku konsumtif, yaitu: Menyukai produk bermerk/mahal, Menyukai produk baru atau mode baru, Kegiatan berbelanja sebagai hiburan, Kegiatan berbelanja bersifat impulsif. Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi *product moment*, diketahui terdapat hubungan negatif yang signifikan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif. Ini dibuktikan dengan koefisien korelasi  $r^{xy} = -0,340$ , dengan Signifikan  $p = 0,000 < 0,05$ . Koefisien determinan  $r^2 = 0,116$ . Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri berkontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 11,6%. Kontrol diri tergolong tinggi dengan nilai mean hipotetik sebesar  $77,5 < \text{mean empiriknya sebesar } 103,74$  dan selisishnya melebihi satu SD 11,619 Selanjutnya perilaku konsumtif tergolong rendah dengan nilai mean hipotetik sebesar 105,00 dan nilai empiriknya sebear 86,538 dan selisihnya melebihi satu SD 15,397.

**Kata Kunci:** Kontrol Diri; Perilaku Konsumtif; Komunitas Motor

## ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between self-control and consumptive behavior in members of the Vajar Labuhanbatu Raya motorcycle community. The type of research used is a quantitative approach. The sample taken in this study was the entire population of 53 people. The self-control scale is arranged based on aspects according to Averill (in Ghufron & Risnawati, 2011): Behavior control (*behavior control*), Cognitive Control (*cognitive control*), Controlling Decisions (*decesional control*). The scale of consumptive behavior is arranged based on aspects according to Fransisca & Suyasa (2005) mentioning aspects of consumptive behavior, namely: Liking branded/expense products, Liking new products or new fashions, Shopping activities as entertainment, Shopping activities are impulsive. Based on the calculation results of correlation analysis *product moment*, it is known that there is a significant negative relationship between Self-Control and Consumptive Behavior. This is evidenced by the correlation coefficient  $r^{xy} = -0.340$ , with a significant  $p = 0.000 < 0.05$ . Determinant coefficient  $r^2 = 0.116$ . This shows that self-control contributes to consumptive behavior by 11.6%. Self-control is classified as high with a hypothetical mean value of  $77.5 <$  the empirical mean of 103.74 and the difference exceeds one SD of 11.619. Furthermore, consumptive behavior classified as low with a mean hypothetical value of 105.00 and an empirical value of 86.538 and the difference exceeds one SD of 15.397.

**Keywords:** Self control; Consumptive behaviour; Motorcycle Community

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Labuhanbatu Selatan Dusun Sumberjo pada tanggal 19 Mei 2000 dari ayah Ahmad Mukhlis dan ibu Rita Safitri. Penulis merupakan putra pertama dari tiga bersaudara.

Tahun 2018 Penulis lulus dari SMA N 2 Torgamba dan pada tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa fakultas psikologi Universitas Medan Area. Tempat penulis melaksanakan penelitian ialah pada Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya di Penetapan Rantau Prapat dengan alamat Jl. Manaf Lubis, Padang Bulan, Kec. Rantau Utara, Labuhanbatu, Sumatera Utara.

Berkat izin dan rahmat dari Allah SWT serta usaha, perjuangan, kesabaran dan dukungan dari orang-orang terdekat menguatkan penulis untuk terus berjuang dan berusaha. Alhamdulillah penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang positif untuk dunia Pendidikan.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah Psikologi Industri dan Organisasi dengan judul "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya"

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Adelin Australiati Saragih, S.Psi., M.Psi, Psikolog. Selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah Ahmad Mukhlis, ibu Rita Safitri dan kedua adik saya Faridah Khairani dan Mhd. Farid Al-Zahiri. serta teman-teman saya Hasnan, Prahasta, Dinal, Maya, Fai, Phira, Fajar, Bima, Rahman, Nadya, Dandi dan Ucok atas segala doa dan perhatiannya. Penulis menyadari bahwa tugas akhir skripsi/tesis ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir/skripsi/tesis ini. Penulis berharap tugas akhir/skripsi/tesis ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 29 September 2023

M. Farhan Aryandi

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>I_PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Hipotesis Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
<b>II_TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1. Perilaku Konsumtif.....	10
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	10
2.1.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	11
2.1.3. Aspek Perilaku Konsumtif.....	18
2.1.4. Ciri – Ciri Perilaku Konsumtif.....	20
2.2. Kontrol Diri .....	22
2.2.1. Pengertian Kontrol Diri.....	22
2.2.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri.....	23
2.2.3. Aspek - Aspek Kontrol Diri .....	25
2.2.4. Ciri - Ciri Kontrol Diri .....	28
2.3. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif.....	29

2.4. Kerangka Konseptual .....	32
<b>III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
3.1.1. Waktu Penelitian .....	33
3.1.2. Tempat Penelitian.....	33
3.2. Bahan dan Alat Penelitian .....	33
3.3. Metodologi Penelitian .....	34
3.3.1. Metode Pengumpulan Data .....	34
3.3.2. Metode Uji Coba Alat Ukur .....	36
3.3.3. Metode Analisis Data .....	37
3.4. Subjek Penelitian .....	38
3.4.1. Populasi .....	38
3.4.2. Sampel.....	39
3.5. Prosedur Kerja .....	39
3.5.1. Persiapan Penelitian .....	39
3.5.2. Pelaksanaan Penelitian .....	41
<b>IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	42
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.1.2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	44
4.1.3. Hasil Analisis Uji Hipotesis Korelasi <i>Product Moment</i> .....	46
4.1.4. Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik .....	47
4.2. Pembahasan .....	49
<b>V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1. Simpulan.....	54
5.2. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Blueprint Skala Kontrol Diri Sebelum <i>Tryout</i> .....	40
Tabel II Blueprint Skala Perilaku Konsumtif Sebelum <i>Tryout</i> .....	41
Tabel III <i>Blueprint</i> Skala Kontrol Diri Setelah <i>Tryout</i> .....	43
Tabel IV <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif Setelah <i>Tryout</i> .....	44
Table V Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran.....	45
Tabel VI Hasil Perhitungan Uji Linieritas.....	46
Tabel VII Hasil Uji Korelasi.....	47
Tabel VIII Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik.....	49

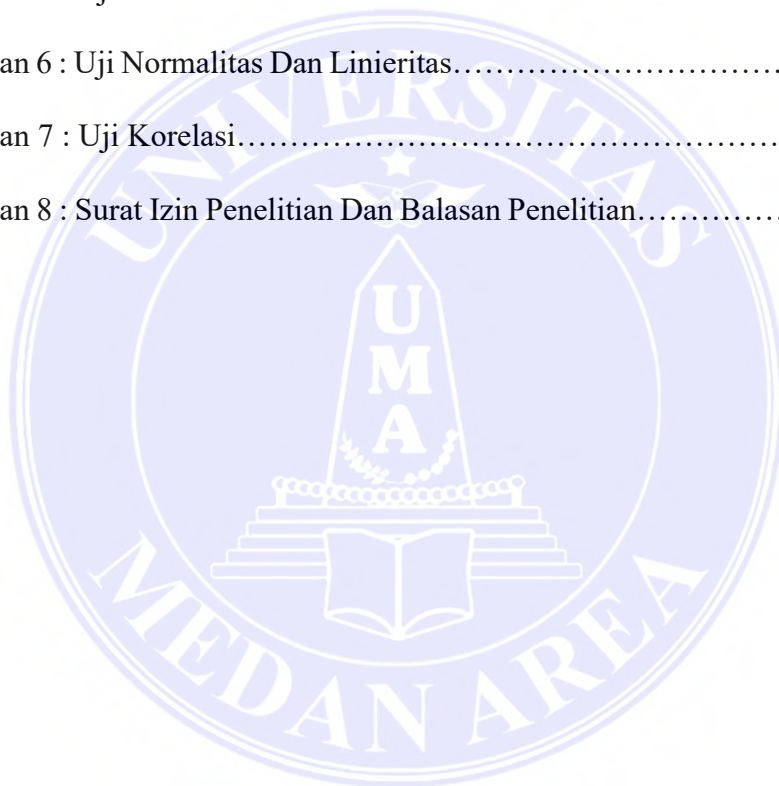
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	32



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Skala Kontrol Diri.....	61
Lampiran 2 : Skala Perilaku Konsumtif.....	66
Lampiran 3 : Data Mentah Penelitian Data Kontrol Diri.....	72
Lampiran 4 : Data Mentah Penelitian Data Perilaku Konsumtif.....	75
Lampiran 5 : Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	82
Lampiran 6 : Uji Normalitas Dan Linieritas.....	92
Lampiran 7 : Uji Korelasi.....	96
Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian Dan Balasan Penelitian.....	98



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), jumlah penjualan sepeda motor di pasar domestik sebanyak 588.269 unit pada November 2022. Jumlah tersebut mencetak angka penjualan tertinggi semenjak pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Penjualan sepeda motor di pasar domestik pada November 2022 meningkat 9,43% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 537.587 unit. Jumlahnya juga mengalami peningkatan 26,89% jika dibandingkan setahun sebelumnya yang sebesar 463.586 unit (Mustajab, 2022)

Kendaraan bermotor diciptakan guna kebutuhan sebagai sarana transportasi masyarakat agar memudahkan perjalanan dari tempat satu ke tempat lainnya. Seiring berkembangnya zaman menyebabkan banyaknya diproduksi berbagai jenis motor. Zaman modern yang secara signifikan telah membuat suatu perubahan dalam berbagai bidang aspek kehidupan. Perkembangan yang semakin pesat saat ini dapat dilihat dari semakin canggihnya teknologi informasi dan transportasi. Semakin canggih teknologi tersebut, maka semakin terlihat adanya perubahan gaya hidup yang dijalankan. Salah satu fenomena pada zaman modern saat ini adalah terbentuknya sebuah komunitas dan klub motor. Komunitas dan klub motor merupakan suatu kelompok yang terdiri dari berbagai macam individu, berkumpul menjadi satu atas suatu kesamaan (Nurbanaat & Desiningrum, 2020).

Di Kota Medan terdapat beberapa komunitas dengan bermacam-macam nama, dalam satu komunitas ada yang memiliki kesamaan merk sepeda motor dan ada yang merupakan gabungan dari berbagai merk sepeda motor. Dalam komunitas

sepeda motor yang ada di Medan, semua anggota yang telah tergabung secara resmi memiliki hak yang sama serta perlakuan yang sama. Kebersamaan yang terjalin tidak memiliki batas dalam artian tidak melihat latar belakang anggotanya. Kebersamaan yang dibangun dianggap sebagai suatu tali persaudaraan serta kekeluargaan antara sesama anggota (Rusadi, 2015). Salah satu komunitas motor yang ada di Sumatera Utara ialah komunitas motor VIJAR (Vixion Jari-Jari) Labuhanbatu Raya. Komunitas motor VIJAR ini berdiri sejak 16 Oktober 2019. Ciri khas dari komunitas motor VIJAR ialah ditandai dengan para anggotanya memodifikasi motornya dengan mengubah *velg* motor menjadi *velg* jari-jari ban cacing. Selain ciri khas modifikasi motornya, komunitas motor VIJAR juga terkadang mengadakan kontes modifikasi motor yang juga diikuti oleh beberapa dari anggotanya.

Menurut Ikatan Motor Indonesia (dalam Triyoga, 2017) mengatakan salah satu kebiasaan yang ada dalam sebuah *club* motor yang sering dilakukan ialah memodifikasi motor, seperti penambahan aksesoris motor. Dilakukannya modifikasi motor oleh para anggota di dalam *club* motor didasari oleh beberapa hal diantaranya untuk mengikuti sebuah kontes modifikasi ataupun hanya sebagai hobi. Menurut para *bikers*, modifikasi motor selain berguna untuk menyalurkan kreatifitas juga merupakan ajang penunjukan jati diri.

Dalam memodifikasi motor, perilaku membeli barang secara berlebihan dan rela mengeluarkan biaya yang lebih hanya untuk memuaskan keinginannya merupakan tindakan perilaku konsumtif. Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Sumartono (2002) juga menjelaskan bahwa individu yang



melakukan pembelian hanya untuk memenuhi kesenangan belaka. Biasanya akan terkait dengan hal-hal emosional. Dalam hal ini seperti perasaan senang atau perasaan bangga setelah melakukan sesuatu yang juga dikenal dengan pembelian yang tidak rasional. Sugianto (2020) menyatakan perilaku memodifikasi motor secara berlebihan pada komunitas motor kerap menunjukkan pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memodifikasi motor ini dilakukan konsumen demi keinginan semata tanpa adanya pertimbangan rasional untuk melakukan perubahan penampilan pada motor baik pada bagian interior maupun eksterior. Anggota komunitas motor VIJAR melakukan modifikasi motor karena menginginkan yang terbaik untuk motornya, dan hal ini yang menyebabkan mereka rela mengeluarkan biaya yang lebih dalam membeli barang dan aksesoris-aksesoris secara berlebihan untuk memuaskan keinginannya dalam menampilkan sepeda motor mereka (Fazela, 2020).

Fenomena yang terjadi di komunitas VIJAR menunjukkan bahwa para anggota kerap melakukan modifikasi motor mereka secara berlebihan. Sebagaimana berdasarkan hasil wawancara diatas terhadap anggota komunitas VIJAR, permasalahan yang terjadi dalam komunitas VIJAR dalam hal memodifikasi motor ialah bahwa anggota komunitas VIJAR rela mengeluarkan biaya yang banyak untuk memodifikasi motornya dan berulang kali melakukan modifikasi tersebut seperti dengan membeli aksesoris-aksesoris untuk dipasangkan ke motornya sesuai dengan keinginannya tanpa mempertimbangkan secara rasional dari kebutuhannya. Karena mereka kebanyakan tidak mampu menahan keinginannya untuk membeli aksesoris yang baru, akhirnya itu yang membuat

mereka rela mengeluarkan biaya yang banyak untuk membeli aksesoris atau barang yang diinginkan.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara terhadap salah satu anggota komunitas motor VIJAR menunjukkan dalam hal memodifikasi motor ialah biasanya para anggota komunitas VIJAR menambahkan beberapa aksesoris di motornya agar terlihat lebih mewah, selain itu juga mengganti *velg* motor yang standar dengan *velg* jari-jari ban cacing, dibagian mesin ditambah kapasitasnya agar lebih bertenaga, mengganti cat *body* motor, mengganti knalpot motor serta mengganti lampu bawaan motor dengan lampu LED. Dalam memodifikasi motornya, anggota komunitas VIJAR juga rela mengeluarkan uang dengan jumlah yang besar untuk memodifikasi motornya sesuai dengan keinginan mereka.

Sementara itu, berdasarkan dari hasil screening yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa mayoritas anggota komunitas motor VIJAR dalam memodifikasi motornya menghabiskan uang sebesar Rp 3.500.00 – Rp 5.500.000. Itu juga mereka lakukan dikarenakan ketika merasa bosan dengan aksesoris yang lama maka menggantinya dengan membeli aksesoris yang baru sehingga perilaku tersebut menunjukkan perilaku konsumtif.

Menurut Triyaningsih (dalam Yani, 2014) ada beberapa diantara ciri-ciri perilaku konsumtif ialah mudah tertarik pada mode, kurang realistik dalam berbelanja dan ingin tampil beda, perilaku ini juga sesuai dengan fenomena yang ada pada anggota komunitas VIJAR, dimana anggota komunitas VIJAR tidak mampu menahan keinginannya untuk membeli aksesoris motor yang baru dan membeli secara berulang aksesoris sesuai dengan keluaran terbarunya, serta merasa akan terlihat tampil beda dengan aksesoris terbaru yang digunakan.

Umumnya dalam *club* motor diisi oleh remaja atau generasi muda, karena generasi muda memiliki rasa keingintahuan yang tinggi serta ingin untuk membeli barang yang tinggi. Gaya hidup konsumtif banyak dijumpai pada kalangan generasi muda yang tujuannya sering ditunjukkan pada hal-hal yang berkaitan dengan kesenangan dan kepuasan dalam mengonsumsi barang secara berlebihan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil riset Primadhiyata (2015) yang menunjukkan bahwa setengah dari generasi milenial di Indonesia (50%) membeli barang mewah secara tidak terencana dan mencatatkan Indonesia ke dalam salah satu negara paling implusif di Asia Pasifik (Primadhyta, 2015).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kontrol diri. Kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan dibeli (Arum & Khoirunnisa, 2021).

Munandar (2006) menyebutkan bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa. Pada dasarnya kontrol diri yang rendah mengacu pada ketidakmampuan individu menahan diri dalam melakukan sesuatu serta tidak mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang tinggi dapat menahan diri dari hal-hal yang negatif dengan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Kontrol diri akan menjadikan individu lebih dapat memandu mengarahkan, dan mengatur pribadi dengan kuat dan akhirnya akan menuju kepada sesuatu yang baik (Shohibullana, 2014). Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan cara-cara yang tepat

untuk berperilaku dalam kondisi yang berbeda atau bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan keadaan sosial disekitarnya sehingga mampu mengatur kesan yang dibuat oleh perilakunya.

Idealnya seseorang dengan kontrol diri yang tinggi akan mampu mengambil keputusan dengan mempertimbangkan segala sesuatu dengan cermat. Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang baik dapat mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan pribadi, sehingga akan lebih mudah mengelola perilakunya terutama dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Namun tidak semua orang memiliki kontrol diri yang baik ketika membelanjakan uangnya, sehingga yang terjadi adalah berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan dan mudah terkondisi untuk berperilaku konsumtif (Fitriani, 2016).

Menurut Thompson (dalam Smet, 1994) mengemukakan bahwa ciri-ciri orang yang memiliki kontrol diri ialah mampu mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif dan menunda kepuasan, serta mampu memfokuskan pada bagian yang dapat dikontrol melalui tindakan pribadi. Dengan begitu, seseorang yang memiliki kontrol diri yang baik akan mempertimbangkan segala sesuatu sesuai dengan kebutuhannya. Pendapat tersebut, berbanding terbalik dengan fenomena yang ada pada anggota komunitas VIJAR, sebagaimana berdasarkan penjelasan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap anggota komunitas VIJAR pada tanggal 3 Desember 2022 menunjukkan bahwa pada anggota komunitas VIJAR saat melakukan modifikasi motornya, membeli barang-barangnya tidak berdasar pada kebutuhannya melainkan pada kepuasannya, dan tidak mampu memfokuskan untuk mengontrol dirinya melalui tindakannya, seperti tidak mampu menahan keinginannya untuk membeli aksesoris motor terbaru, serta tidak mampu untuk

mengontrol dirinya untuk menunda kepuasan dalam modifikasinya, seperti rela meminjam uang ke temannya untuk bisa membeli aksesoris motor.

Berdasarkan pemaparan fenomena diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian apakah terdapat Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Memodifikasi Motor pada Anggota Komunitas Motor Vixion Jari-Jari Labuhanbatu Raya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian batasan masalah diatas, maka penulis dapat memaparkan perumusan masalah pada penelitian ini, yaitu, “Adakah Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya?”.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya.

## **1.4. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian dilakukan dengan harapan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, sebagai berikut:

### 1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmiah yang bermanfaat bagi ilmu Psikologi dan khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi dan Psikologi Konsumen yang dimanfaatkan sebagai sumber informasi terkait perilaku konsumen untuk memahami permasalahan tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

### 1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi segenap pembaca penelitian ini, mampu memberi penjelasan mengenai kontrol diri serta perilaku konsumtif, khususnya bagi remaja atau generasi muda dan komunitas motor tentang hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada anggota komunitas motor. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat membuat wawasan dan dapat disempurnakan pada penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Perilaku Konsumtif**

##### **2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (need) atau pembelian lebih didasarkan pada faktor keinginan (want) (Sumartono, 2022).

Menurut Nurul' Ainy (2020) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif ialah perilaku membeli barang-barang tanpa pertimbangan yang matang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat cenderung materialistis, memiliki keinginan yang kuat untuk memiliki sesuatu tanpa mempertimbangkan kebutuhannya, dan melakukan sebagian besar pembeliannya hanya untuk memuaskan keinginannya akan kesenangan (Pulungan & Febriaty, 2018).

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha barang-barang yang sebenarnya yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, dengan begitu pelakunya pun rela mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk pemenuhan keinginan (Nurhaini, 2018). Selain itu menurut

Haryani (2015) yang menyebutkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diuraikan tentang perilaku konsumtif maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku konsumtif ialah perilaku individu dalam membeli barang atau membelanjakan uangnya secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginannya akan kesenangan sehingga tidak berdasarkan pertimbangan yang matang.

### **2.1.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Perilaku Konsumtif menurut Kotler (2013) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

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

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

##### **1) Peran Budaya**

Budaya adalah penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.



## 2) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

## 3) Kelas Sosial Pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata sosial tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah kanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

### b. Faktor Sosial

Selain dari faktor budaya, perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

#### 1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan maereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan meghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

## 2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Melalui orangtua, individu mendapatkan orientasi agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

## 3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

### c. Faktor Personal

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi terdiri dari:

#### 1) Pekerjaan

Seorang pekerja akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi

kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

2) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu), tabungan dan dan aktiva (kepemilikan aset, kekayaan).

3) Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

d. Faktor Psikologis

1) Kontrol Diri

Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk segala jenis aktivitas yang akan dilakukan oleh individu. Salah satunya kontrol diri terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan secara rasional.

2) Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, hal tersebut karena terpengaruh oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi. Perbedaan persepsi yang dialami individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian.

### 3) Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara seseorang melihat dirinya dalam waktu tertentu sebagai gambaran mengenai apa yang dipikirkan. Setiap orang memiliki konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap produk, baik berupa ataupun jasa.

### 4) Kepribadian

Kepribadian merupakan bentuk dan sifat yang terdapat pada diri individu dan memiliki pengaruh pada perubahan-perubahan perilaku. Kepribadian individu sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi, dan faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, serta masyarakat.

### 5) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, yang merupakan kekuatan pada diri individu dan menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan suatu produk.

### 6) Pengalaman Belajar

Belajar merupakan proses yang membawa perubahan dalam penampilan sebagai akibat dari pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku yang terjadi pada konsumen dipelajari karena dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

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

1. Kebudayaan

Kebudayaan dapat dicirikan sebagai akibat imajinasi manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam sebagai anggota masyarakat.

2. Kelas Sosial

Kelas sosial mempengaruhi perilaku pembeli dalam cara individu menghabiskan energi mereka, waktu mereka produk yang dibeli dan berbelanja.

3. Kelompok Referensi

Kelompok referensi atau kelompok acuan merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu. Kelompok ini lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilaku seseorang tersebut. Peran kelompok referensi yang besar dapat mendorong individu untuk mengonsumsi produk yang sama secara terus menerus sehingga memungkinkan munculnya kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompoknya.

4. Keadaan

Faktor situasional, misalnya, lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, temperamen, dan keadaan individu sangat memengaruhi perilaku pembelian.

## 5. Keluarga

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

## 6. Kepribadian

Kepribadian sering diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Kepribadian juga diartikan sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu yang melibatkan berbagai proses psikologis yang akan menentukan kecenderungan dan respon seseorang terhadap lingkungan.

## 7. Konsep Diri

Konsep diri dapat memengaruhi persepsi individu dan perilaku pembelian. Ada beberapa jenis pembeli dalam 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.

## 8. Motivasi

Menurut Wells & Prensky (dalam Ferrinadewi, 2008) Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses dimana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut.

## 9. Pengalaman Belajar

Pengalaman belajar seseorang akan memutuskan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya.

## 10. Gaya hidup

Gaya hidup adalah ide yang umumnya normal dan memahami perilaku pembelanja. Gaya hidup adalah contoh kehidupan rutin dan latihan individu dalam menginvestasikan energi dan uang.

Dari beberapa faktor individual yang berhubungan dengan perilaku konsumtif seperti yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dari beberapa pendapat ahli mencakup hal-hal seperti, faktor budaya (peran sosial, sub budaya, dan kelas sosial pembeli), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor personal (pekerjaan, gaya hidup & keadaan ekonomi), faktor psikologis (kontrol diri, persepsi, konsep diri, kepribadian, motivasi, dan pengalaman belajar), kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keadaan, keluarga dan kepribadian.

### 2.1.3. Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut (Fransisca & Suyasa, 2005) menyebutkan aspek-aspek dari perilaku konsumtif sebagai berikut:

#### a. Menyukai Produk Bermerek/Mahal

Individu condong menyukai dan membeli produk bermerek dengan harga mahal karena menganggapnya sebagai produk terbaik.

b. Menyukai Produk Baru atau Mode Baru

Individu akan lebih memakai berbagai produk yang mereka anggap populer juga modis. Seseorang akan senang ketika melakukan pembelian pada produk baru yang saat ini sedang marak digunakan atau belum banyak digunakan oleh orang lain. Hal ini disebabkan oleh adanya keinginan untuk memiliki produk baru yang sedang digemari.

c. Kegiatan Berbelanja Sebagai Hiburan

Berbelanja merupakan kegiatan yang memberikan kebahagiaan untuk yang melaksanakannya. Seseorang menyukai juga merasakan kepuasan dari berbelanja serta akan menganggapnya aktifitas sosial.

d. Kegiatan Berbelanja Bersifat Impulsif

Seseorang akan cenderung membeli tanpa perencanaan atau mengkhawatirkan berapa banyak *budget* yang akan dikeluarkan. Untuk mendapatkan produk yang diinginkan, individu bahkan tidak mencari informasi terlebih dahulu.

Menurut tokoh lainnya menyatakan tentang aspek-aspek perilaku konsumtif dari Suminar & Meiyuntari (2015) antara lain:

a. Aspek intensitas

Aspek intensitas merupakan tingkatan dimana seseorang ingin membeli barang tertentu. Intensitas cenderung meningkat pada perilaku konsumtif.

b. Apek kebutuhan

Aspek kebutuhan mengacu pada kebutuhan seseorang untuk membeli sesuatu.



c. Aspek kepuasan

Aspek kepuasan mengarah kepada rasa puas yang dialami seseorang ketika membeli sesuatu atau membeli suatu barang.

d. Aspek prestige

Aspek ini mengarah kepada prestige atau ketenaran atau popularitas. Jika membeli suatu barang bermerk maka prestige seseorang yang menggunakan barang tersebut akan meningkat.

e. Aspek status sosial, kekayaan dan keistimewaan.

Aspek ini mengungkapkan kedudukan sosial seseorang; jika seseorang membeli barang kelas atas, kemungkinan besar mereka berasal dari kelas atas atau memiliki status sosial yang tinggi.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat aspek-aspek perilaku konsumtif dari beberapa pendapat ahli mencakup hal-hal seperti, konsumen menyukai adanya produk bermerek/mahal, menyukai produk yang baru atau menuruti mode baru, kegiatan berbelanja sebagai hiburan, dan kegiatan berbelanja bersifat mendadak atau impulsif, aspek intensitas, aspek kebutuhan, aspek kepuasan, aspek prestige dan aspek status sosial, kekayaan, dan keistimewaan.

#### 2.1.4. Ciri – Ciri Perilaku Konsumtif

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Sjahbuana (2014) adalah:

- a. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- b. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.
- c. Berpenilaian bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

- d. Ingin meniru mode yang sedang ngetrend.
- e. Untuk menarik perhatian dari orang lain.

Menurut Triyaningsih (dalam Yani, 2014) mengemukakan ciri-ciri perilaku konsumtif ialah:

- a. Mudah tertarik pada mode,
- b. Mudah terbujuk iklan,
- c. Mudah terbujuk rayuan penjual,
- d. Tidak hemat,
- e. Kurang realistik dalam berbelanja,
- f. Tampil beda,
- g. Suka membayangkan hal-hal yang mewah,
- h. Suka membeli perhiasan mewah,
- i. Menyukai barang-barang mewah,
- j. Menyukai barang elektronik yang lagi tren,
- k. Suka memakai produk yang berkualitas,
- l. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan percaya diri

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri dari perilaku konsumtif ialah membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri, berpenilaian bahwa membeli produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, ingin meniru mode yang sedang trend, untuk menarik perhatian dari orang lain, mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan, mudah terbujuk rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik dalam berbelanja, ingin terlihat tampil beda, suka membayangkan hal-hal yang mewah, suka membeli perhiasan mewah,

menyukai barang-barang mewah, menyukai barang elektronik yang lagi tren, suka memakai produk yang berkualitas, dan membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan percaya diri.

## **2.2. Kontrol Diri**

### **2.2.1. Pengertian Kontrol Diri**

Menurut Chaplin (2011), kontrol diri merupakan keahlian seseorang dalam membimbing perilakunya sendiri, individu yang dapat mengontrol dirinya dalam kemampuan untuk menahan atau menghentikan impuls-impuls atau perilaku impulsif.

Kontrol diri adalah kemampuan untuk mengendalikan impuls seseorang ketika dihadapkan dengan tantangan dan godaan, dan dikaitkan dengan kesejahteraan fisiologis dan psikologis, serta sebagai kapasitas untuk mengubah impuls dan perilaku yang tidak diinginkan (Willems et al., 2019) .

Kontrol diri merupakan cara individu dalam mengontrol perilaku, mengontrol kognisi dan mengontrol keputusan. Individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak (Nainggolan, 2022).

Dari pemaparan penjelasan diatas, dapat diberi kesimpulan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri atau mengendalikan impuls untuk menghentikan perilaku impulsif seperti melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membuat keputusan dalam melaksanakan sesuatu.

### 2.2.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Ghufron & Risnawati (2011) mengatakan bahwa ada 2 faktor yang dapat mempengaruhi kontrol diri, yaitu

a. Faktor internal.

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka, semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu dari diri individu.

b. Faktor eksternal.

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Bila orangtua menerapkan disiplin kepada anaknya sikap disiplin secara intens sejak dini, dan orangtua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila ia menyimpang dari yang sudah ditetapkan, maka sikap konsisten ini akan diinternalisasi oleh anak dan kemudian akan menjadi kontrol diri baginya.

Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi kontrol diri individu menurut Dayakisni & Hudaniah (2003) adalah:

a. Kepribadian

Kepribadian mempengaruhi kontrol diri dalam konteks bagaimana seseorang dengan tipikal tertentu bereaksi dengan tekanan yang dihadapinya dan berpengaruh pada hasil yang akan diperolehnya. Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda (unik) dan hal

inihlah yang akan membedakan pola reaksi terhadap situasi yang dihadapi.

b. Situasi

Situasi merupakan faktor yang berperan penting dalam proses kontrol diri. Setiap orang mempunyai strategi yang berbeda pada situasi tertentu, dimana strategi tersebut memiliki karakteristik yang unik. Situasi yang dihadapi akan dipersepsi berbeda oleh setiap orang, bahkan terkadang situasi yang sama dapat dipersepsi yang berbeda pula sehingga akan mempengaruhi cara memberikan reaksi terhadap situasi tersebut.

c. Etnis

Etnis atau budaya mempengaruhi kontrol diri dalam bentuk keyakinan atau pemikiran, dimana setiap kebudayaan tertentu memiliki keyakinan atau nilai yang membentuk cara seseorang berhubungan atau bereaksi dengan lingkungan. Budaya telah mengajarkan nilai-nilai yang akan menjadi salah satu penentu terbentuknya perilaku seseorang, sehingga seseorang yang hidup dalam budaya yang berbeda akan menampilkan reaksi yang berbeda dalam menghadapi situasi yang menekan, begitu pula strategi yang digunakan.

d. Pengalaman

Pengalaman akan membentuk proses pembelajaran pada diri seseorang, pengalaman yang diperoleh dari proses pembelajaran lingkungan keluarga juga memegang peran penting dalam kontrol diri seseorang khususnya pada pada masa anak-anak. Pada masa selanjutnya

seseorang bereaksi dengan menggunakan pola pikir yang lebih kompleks dan pengalaman terhadap situasi sebelumnya untuk melakukan tindakan, sehingga pengalaman yang positif akan mendorong seseorang untuk bertindak yang sama, sedangkan pengalaman negatif akan dapat merubah pola reaksi terhadap situasi tersebut.

Berdasarkan pemaparan terkait faktor-faktor diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang berpengaruh dengan kontrol diri seperti faktor intenal, faktor eksternal, kepribadian, situasi, etnis dan pengalaman.

### **2.2.3. Aspek - Aspek Kontrol Diri**

Averill (dalam Ghufroon, & Risnawati, 2011) menyebutkan, terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu:

a. Kontrol Perilaku (*behavior control*).

Kontrol perilaku merupakan kesediaan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administrastion*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan

mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

b. Kontrol Kognitif (*cognitif control*).

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol Keputusan (*decisional control*).

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Menurut Patty et al., (2017) kontrol diri dapat diukur menurut empat aspek, yaitu:

a. Kontrol terhadap pemikiran (kognitif)

Kontrol terhadap pemikiran adalah kemampuan dari individu untuk mengendalikan pikiran sehingga menghasilkan sikap yang positif atau menarahkan kepada perilaku yang objektif.

b. Kontrol terhadap *impulse* (dorongan hati)

Kontrol terhadap *impulse* adalah kemampuan individu untuk mengendalikan diri serta bertindak secara bijak terhadap setiap dorongan hati negatif yang muncul secara tiba-tiba.

c. Kontrol terhadap emosi

Kontrol terhadap emosi adalah kemampuan individu untuk memiliki kesadaran diri emosi dalam hubungan dengan diri sendiri maupun dengan orang lain.

d. Kontrol terhadap unjuk kerja

Kontrol terhadap unjuk kerja adalah kemampuan individu untuk memperoleh nilai yang lebih baik dalam jangka waktu panjang, karena mereka akan lebih baik dalam mengerjakan tugas tepat waktu, mencegah dari aktivitas-aktivitas untuk menunda-nunda waktu saat bekerja, belajar dengan efektif, memilih mata pelajaran dengan tepat dan mampu menjaga emosi negatif yang merusak kinerja.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan aspek kontrol diri yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol Kognitif (*cognitif control*), mengontrol keputusan (*decesional control*), kontrol terhadap pemikiran (*cognitif*), kontrol



terhadap pemikiran, kontrol terhadap dorongan hati, kontrol terhadap impulse, kontrol terhadap emosi dan kontrol terhadap unjuk kerja.

#### 2.2.4. Ciri - Ciri Kontrol Diri

Menurut Thompson (dalam Smet, 1994) mengemukakan bahwa ciri-ciri kontrol diri antara lain:

- a. Kemampuan untuk mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif yang didapati dengan kesanggupan menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan cara mencegah atau menjauhi stimulus, merapatkan tenggang waktu diantara stimulus yang sedang berlangsung, memberhentikan stimulus sebelum berakhir dan membatasi intensitas stimulus, kemampuan membuat perencanaan dalam hidup, mampu mengatasi frustrasi dan ledakan emosi serta kemampuan untuk menentukan siapa yang mengendalikan perilaku, dalam hal ini bila individu tidak mampu mengontrol dirinya sendiri, maka individu menggunakan faktor eksternal.
- b. Kemampuan menunda kepuasan dengan segera untuk keberhasilan mengatur perilaku dalam memperoleh sesuatu yang lebih berharga atau diterima dalam masyarakat.
- c. Kemampuan mengantisipasi peristiwa yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif obyektif. Hal ini didukung dengan adanya informasi yang dimiliki individu.

Menurut Ubadey (2005) bahwa ciri-ciri kontrol diri terdiri dari beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:

- a. Menarik diri dari norma yang tidak cocok
- b. Mengoreksi apa yang salah
- c. Berpedoman pada hasil koreksi
- d. Mengaktifkan sistem yang menyeleksi apa yang masuk dari luar dan apa yang dikeluarkan. Menghidupkan lampu petunjuk spiritual.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kontrol diri yaitu memiliki kemampuan untuk mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif, memiliki kemampuan untuk menunda kepuasan, memiliki kemampuan untuk mengantisipasi peristiwa, menarik diri dari norma yang tidak cocok, mengoreksi apa yang salah, berpedoman pada hasil koreksi, mengaktifkan sistem yang menyeleksi apa yang masuk dari luar dan apa yang dikeluarkan.

### **2.3. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif**

Faktor dari dalam individu atau faktor psikologis, yakni kontrol diri sangat dibutuhkan untuk segala aktivitas yang akan dilakukan oleh individu. Salah satunya kontrol diri terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan secara rasional (Kotler, 2005). Sehingga kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan dibeli (Arum & Khoirunnisa, 2021).

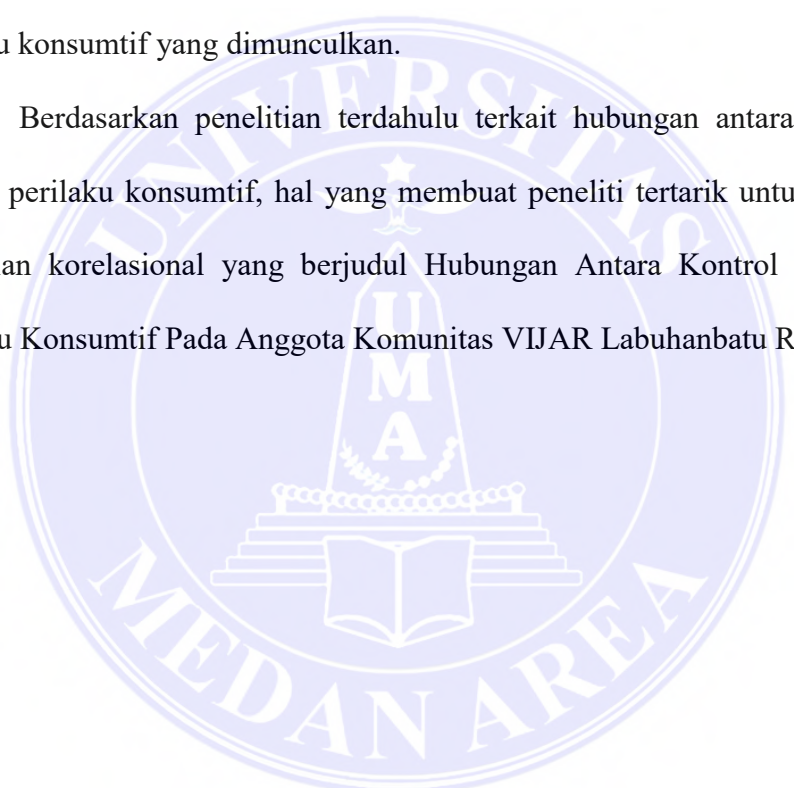
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Anggreini & Mariyanti (2014) mengenai Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif

Mahasiswi Universitas Esa Unggul, yaitu terdapat hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. Dimana penelitian tersebut populasinya ialah seluruh mahasiswi dari seluruh fakultas di Universitas Esa Unggul angkatan 2010-2012 reguler aktif yang berjumlah 1801 mahasiswi. Sedangkan sampel penelitian ini sejumlah 90 orang dan data sampel yang diambil menggunakan table *Yount*. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dua skala yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian diatas adalah korelasi *product moment* dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan SPSS versi 18.00 *for windows*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan diperoleh hasil bahwa nilai pearson correlation -0,304 dan sig sebesar 0,002 ( $p < 0,05$ ). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin kuat kontrol diri mahasiswi maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi tersebut. Sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswi maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi.

Dari penelitian diatas didukung juga dengan adanya penelitian menurut Arum & Khoirunnisa (2021) mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce shopee*, yaitu menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce* Shopee. Dimana pada penelitian diatas populasinya adalah seluruh mahasiswi jurusan Psikologi UNESA yang berjumlah 411 mahasiswa, sedangkan sampel penelitian ini sejumlah 131 orang dan data sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian ini menggunakan *skala likert*. Teknik

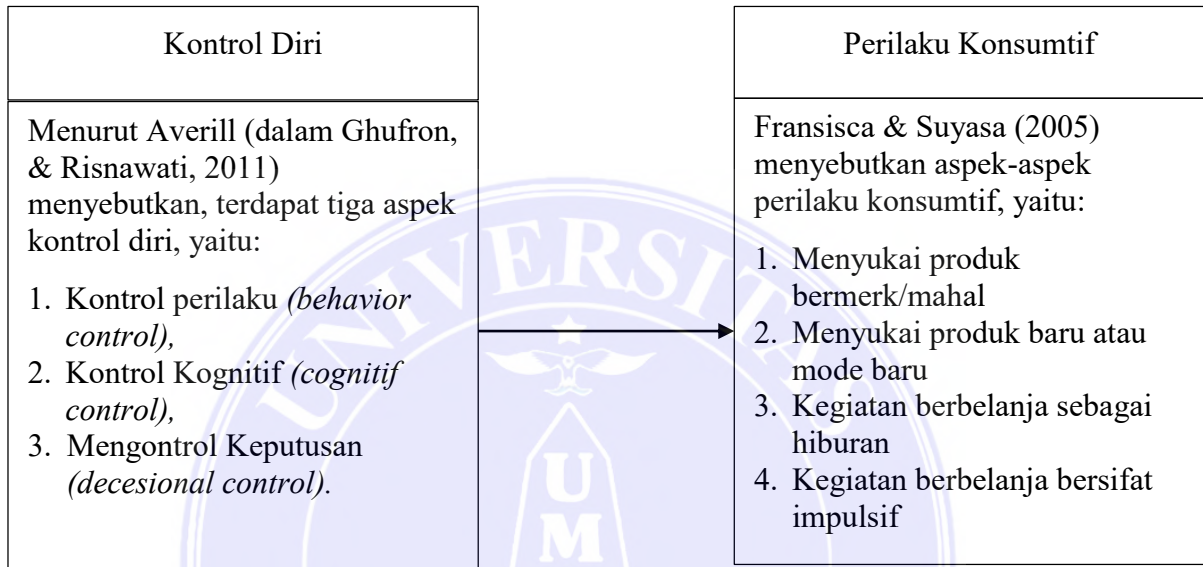
analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik korelasi *Product Moment Pearson*. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce Shopee, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,00 ( $p < 0,01$ ). Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu terkait hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, hal yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian korelasional yang berjudul Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas VIJAR Labuhanbatu Raya.



## 2.4. Kerangka Konseptual

Berdasarkan alur pemikiran diatas maka dapat digambarkan sebuah gambar kerangka pemikiran seperti gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **3.1.1. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada tanggal 5 April 2023 sampai dengan tanggal 30 April 2023 pada anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya di Jl. Manaf Lubis, Padang Bulan, Kec Rantau Utara, Labuhanbatu, Sumatera Utara.

##### **3.1.2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya yang berada di Penatapan Rantau Prapat dengan alamat Jl. Manaf Lubis, Padang Bulan, Kec. Rantau Utara, Labuhanbatu, Sumatera Utara. Komunitas ini terdiri dari 53 anggota. Komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya berdiri sejak 16 Oktober 2019 yang diketuai oleh Pujah Ramadhani. Adapun Visi dan Misi dari komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya adalah menjunjung solidaritas kekeluargaan dan persatuan pecinta Yamaha V-ixion Jari-Jari pada khususnya dan pecinta kegiatan otomotif pada umumnya serta sebagai wadah penyalur jiwa kreatifitas atau penyalur hobi para anggotanya seperti modifikasi.

#### **3.2. Bahan dan Alat Penelitian**

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua jenis skala penelitian yang berfungsi untuk mendapatkan data dari sampel penelitian. Sedangkan alat yang digunakan pada penelitian ini adalah program aplikasi computer yang bernama *Statistical Program for Social Science (SPSS)* dimana program ini berfungsi untuk menentukan hasil penelitian.

### 3.3. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikan perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang akan diteliti (Azwar, 2014). Secara khusus penelitian ini menggunakan metode korelasi, yaitu metode yang bertujuan untuk variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau variabel lainnya (Azwar, 2014).

#### 3.3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penyebaran skala. Skala adalah alat ukur psikologis berbentuk kumpulan pernyataan-pernyataan sikap yang disusun sedemikian rupa sehingga respon seseorang terhadap pernyataan tersebut dapat diberikan skor dan kemudian diinterpretasikan (Azwar, 2011). Skala yang diberikan didalam penelitian ini merupakan skala Likert. Pada model perskalaan ini terdapat dua jenis pernyataan, yaitu favorable dan unfavorable. Favorable merupakan pernyataan positif yang mendukung objek sikap yang diungkap sedangkan pernyataan unfavorable merupakan pernyataan negatif yang tidak mendukung objek sikap yang hendak diungkap (Azwar 2010). Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala Perilaku Konsumtif dan skala Kontrol Diri.

##### 1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif adalah skala perilaku konsumtif yang diukur berdasarkan aspek perilaku konsumtif menurut Fransisca & Suyasa (2005) menyebutkan terdapat beberapa aspek-aspek perilaku

konsumtif, yaitu; Menyukai Produk Bermerk/Mahal, Menyukai Produk Baru atau Mode Baru, Kegiatan Berbelanja Sebagai Hiburan, Kegiatan Berbelanja Bersifat Impulsif.

Skala Perilaku Konsumtif merupakan skala yang menggunakan format *Skala Likert* dengan 4 pilihan dengan rentangan dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Jawaban terhadap aitem positif atau favorabel, subyek memperoleh skor empat (4) jika menjawab “Sangat Setuju” (SS), skor tiga (3) untuk pilihan “Setuju” (S), skor dua (2) untuk pilihan “Tidak Setuju” (TS), dan skor satu (1) untuk pilihan “Sangat Tidak Setuju” (STS). Sebaliknya untuk jawaban negatif atau aitem unfavorable, subyek memperoleh skor satu (1) jika menjawab “Sangat Setuju” (SS), skor dua (2) untuk pilihan “Setuju” (S), skor tiga (3) untuk pilihan “Tidak Setuju” (TS) dan skor empat (4) untuk pilihan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

## 2. Skala Kontrol Diri

Skala yang digunakan untuk mengukur kontrol diri adalah skala kontrol diri yang diukur berdasarkan aspek kontrol diri menurut Averill (dalam Ghufroon & Risnawati, 2011) yaitu: Kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol Kognitif (*cognitif control*), Mengontrol keputusan (*decisional control*).

Skala Kontrol Diri merupakan skala yang menggunakan format *Skala Likert* dengan 4 pilihan dengan rentangan dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Jawaban terhadap aitem positif atau *favorabel*, subyek memperoleh skor empat (4) jika menjawab “Sangat Setuju” (SS), skor tiga (3) untuk pilihan “Setuju” (S), skor dua (2) untuk pilihan “Tidak Setuju” (TS), dan skor satu (1) untuk pilihan “Sangat Tidak Setuju” (STS). Sebaliknya



untuk jawaban negatif atau aitem *unfavorable*, subyek memperoleh skor satu (1) jika menjawab “Sangat Setuju” (SS), skor dua (2) untuk pilihan “Setuju” (S), skor tiga (3) untuk pilihan “Tidak Setuju” (TS) dan skor empat (4) untuk pilihan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

### 3.3.2. Metode Uji Coba Alat Ukur

Alat ukur dapat dikatakan baik apabila alat ukur tersebut valid dan reliabel. Sebelum alat ukur digunakan, terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya (Sugiyono, 2013).

#### 1. Validitas Alat Ukur

Validitas suatu instrumen yaitu seberapa jauh instrument itu benar-benar mengukur apa (objek) yang hendak diukur (Yusuf, 2014). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Makna validitas dalam hal ini ialah kemampuan alat ukur untuk melakukan pengukuran terhadap variabel dengan tepat (Saifuddin, 2020). Untuk dapat mengetahui validitas pada penelitian ini menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26*. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Corrected Item-Total Correlation*. Menurut Azwar (2010) menyatakan bahwa koefisien validitas aitem minimal mencapai 0,30.

#### 2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dipercaya atau diandalkan. Dalam Yusuf (2014), dikatakan bahwa reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu *instrument* penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Skor reliabilitas bergerak dari angka 0 hingga 1, semakin mendekati angka 1 maka maknanya

tingkat reliabilitas semakin tinggi (Saifuddin, 2020). Untuk dapat mengetahui reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26*. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Alpha Cronbach*.

### 3.3.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data ialah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis korelasi *product moment* (Uji Hubungan) dengan menggunakan analisis statistic dengan menggunakan program komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26*. Dengan tujuan utama penelitian ini yakni ingin melihat hubungan antara satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y).

#### Tingkat Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Taraf Korelasi
1	< 0,20	Hubungan Dapat Dianggap Tidak Ada
2	0,20 – 0,40	Hubungan Ada Tetapi Rendah
3	> 0,40 – 0,70	Hubungan Cukup
4	> 0,70 – 0,90	Hubungan Tinggi
5	> 0,90 – 1,00	Hubungan Sangat Tinggi

Sumber: Jonathan Sarwono (2006)

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis *korelasi product moment* maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi dan penelitian, yaitu meliputi uji normalitas dan uji linieritas :

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian setiap variabel telah menyebar secara normal. Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-smirnov* atau uji *Shapiro-Wilk*. Jika sampel  $> 50$  menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* dan sebaliknya  $< 50$  maka menggunakan uji *Shapiro-Wilk* (Dahlan, 2010). Karena sampel yang digunakan lebih dari 50 maka peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*. Kriteria apabila  $p > 0,05$  maka dinyatakan data terdistribusi normal, sebaliknya jika  $p < 0,05$  maka dinyatakan data tidak terdistribusi normal (Sugiyono, 2013).

### 2. Uji Linieritas

Uji linearitas yang dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel berbentuk linier atau tidak. Menurut Priyatno (2010) uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi. Pengujian dapat dilakukan dengan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 26 for windows* dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0.05.

### 3.4. Subjek Penelitian

#### 3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam sebuah penelitian, masalah populasi yang dipakai merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya yang berjumlah 53 orang.

### **3.4.2. Sampel**

Sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian harus dapat bersifat representatif/mewakili agar mendapatkan suatu hasil yang akurat, sampel diambil dari sebagian jumlah populasi yang sesuai dengan karakteristik (Sugiyono, 2013) Jumlah sampel pada penelitian ini ialah 53 orang.

Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Total Sampling*. Menurut Sugiyono (2013) menyebutkan bahwa *total sampling* adalah teknik dalam menentukan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Peneliti menggunakan *total sampling* disebabkan terbatasnya jumlah populasi penelitian maka dari itu peneliti menggunakan keseluruhan jumlah populasi menjadi sampel penelitian.

## **3.5. Prosedur Kerja**

### **3.5.1. Persiapan Penelitian**

#### **1. Persiapan Administrasi**

Awal persiapan penelitian ini diawali dengan pembuatan surat permohonan izin penelitian. Surat izin riset dan pengambilan data untuk penelitian dikeluarkan oleh Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area pada tanggal 27 Maret 2023 dengan nomor 732/FPSI/01.10/III/2023 yang ditujukan kepada Komuitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya untuk pengambilan data penelitian.

Sesudah pengumpulan data selesai, ketua komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya mengeluarkan surat balasan yang menyatakan bahwa penelitian sudah terselesaikan dengan nomor surat 052/VJLBR/LB/2023.

## 2. Persiapan Alat Ukur

Persiapan awal diawali dengan melakukan penyusunan skala Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif. Skala Kontrol Diri disusun menggunakan aspek menurut Averill (dalam Ghufroon & Risnawati, 2011) yaitu : kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), mengontrol keputusan (*decisional control*). Adapun aitem dari skala kontrol diri terdapat dalam tabel berikut :

Tabel I *Blueprint* Skala Kontrol Diri Sebelum *Tryout*

No	Aspek	Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Kontrol Perilaku ( <i>Behavior Control</i> )	1, 5, 7	4, 6, 9	12
		2, 3, 8	10, 12, 14	
2	Kontrol Kognitif ( <i>Cognitive Control</i> )	11, 13, 15	16, 19, 21	12
		17, 18, 20	22, 25, 27	
3	Mengontrol Keputusan ( <i>Decisional Control</i> )	23, 26, 29	28, 31, 33	12
		24, 30, 34	32, 35, 36	
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>

Skala Perilaku Konsumtif disusun menggunakan aspek menurut Fransisca & Suyasa (2005) yaitu : menyukai produk bermerk/mahal, menyukai produk baru atau mode baru, kegiatan berbelanja sebagai hiburan, kegiatan berbelanja bersifat impulsif. Adapun aitem dari skala perilaku konsumtif terdapat dalam table berikut :

Tabel II *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif Sebelum *Tryout*

No	Aspek	Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Menyukai Produk Bermerk/Mahal	1, 4, 6	2, 7, 9	<b>18</b>
		3, 10, 8	5, 12, 14	
		11, 15, 18	17, 13, 19	
2	Menyukai Produk Baru atau Mode Baru	16, 23, 21	20, 25, 22	<b>18</b>
		30, 24, 27	31, 26, 29	
		28, 33, 36	32, 34, 38	
3	Kegiatan Berbelanja Sebagai Hiburan	35, 42, 39, 44	37, 40, 41, 47	<b>14</b>
		43, 48, 51	46, 49, 45	
4	Kegiatan Berbelanja Bersifat Impulsif	52, 50, 56	55, 58, 54	<b>12</b>
		57, 61, 62	60, 59, 53	
<b>Total</b>		<b>31</b>	<b>31</b>	<b>62</b>

### 3.5.2. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya dimulai 05 April – 15 April 2023. Pelaksanaan penelitian diawali dengan pembagian skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif, dilakukan penyebaran skala secara langsung kepada anggota komunitas sebanyak 21 responden dan penyebaran skala secara *online* menggunakan *link google form* sebanyak 32 responden. Terdapat beberapa hambatan yang dialami peneliti dalam melakukan penelitian. Pertama, peneliti sulit untuk bertemu langsung dengan para anggota karena tidak semua berkumpul pada saat penyebaran skala secara langsung. Kedua, banyaknya aitem membuat responden menunda dalam pengisian kuesioner.

Setelah memenuhi jawaban dari jumlah sampel, selanjutnya peneliti memberikan skor pada setiap anggota yang menjawab lalu menyusunnya sesuai dengan kebutuhan tabulasi data dengan bantuan *Microsoft Excel 2019*. Setelah selesai input data, peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk dapat memilih jumlah aitem yang valid serta reliabel yang dibantu oleh program *SPSS for Windows Versi 26*.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan untuk kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan hasil yang diperoleh oleh peneliti dalam penelitian ini. Pada bagian pertama, akan diuraikan kesimpulan dari penelitian ini dan bagian selanjutnya akan diuraikan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi pihak tertentu.

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dengan metode *r Product Moment*, diketahui bahwa terdapat ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, hasil ini dapat dibuktikan dengan koefisien korelasi dimana  $r^{xy} = -0,340$  dengan nilai signifikansi  $p < 0,05$  ( $p=0,00$ ). Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya. Koefisien determinan ( $r^2$ ) dari hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y adalah sebesar  $r^2 = 0,116$ . Artinya kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif pada anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya sebesar 11,6%.
2. Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa kontrol diri yang dimiliki oleh anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya tergolong tinggi, dikarenakan pada mean hipotetik sebesar  $77,5 < \text{mean empirik}$  yaitu sebesar 103,74 dengan nilai SD nya sebesar 11,619. Kemudian perilaku konsumtif yang dimiliki oleh anggota komunitas motor VIJAR Labuhanbatu Raya tergolong

rendah, hal ini dikarenakan pada mean hipotetik sebesar  $127,5 >$  mean empirik yaitu sebesar 107,68 dengan nilai SD nya sebesar 15,397.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini, pembahasan serta kesimpulan yang didapat, maka peneliti memberikan saran seperti berikut :

### 1. Anggota Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya

- a. Peneliti menyarankan kepada anggota komunitas motor VIJAR agar selalu dapat mempertahankan kontrol dirinya yang berasal dari internal individu dengan cara mengelola emosi agar mampu menetapkan skala prioritas terkait kebutuhannya dalam membeli dibandingkan hanya berdasarkan pada keinginannya saja atau jika dihadapkan pada situasi yang membuat anggota komunitas motor VIJAR untuk berperilaku konsumtif.
- b. Peneliti menyarankan kepada anggota komunitas motor VIJAR hendaknya dapat memahami pentingnya menabung dan membuat susunan rencana pengeluaran secara sistematis untuk membantunya menentukan prioritas pembelian terhadap suatu barang.

### 2. Komunitas Motor VIJAR

Peneliti menyarankan kepada komunitas motor VIJAR agar dalam perkumpulan mereka membahas tentang pendampingan terhadap masyarakat, seperti misalnya melakukan kegiatan sosial ketika ada bencana di sekitar tempat mereka berkumpul. Agar mereka lebih *aware* dan bisa mengontrol dirinya untuk lebih tidak melakukan perilaku membeli yang berlebihan.



### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini maka disarankan untuk melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain kontrol diri, misalnya konformitas, gaya hidup, dan lain-lain



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126664.
- Anggraini, R.T., & Santhoso F.H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal Of Psychology*, 133-140.
- Arum, D., & Khoirunnisa, Ri. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92–102.
- Azwar, S. (2011). *Peyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset.
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaplin, J.P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Dahlan, S.M. (2010). *Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel*. Jakarta: Salemba Medika.
- Dayakisni, T & Hudaniah. (2003) *Psikologi Sosial*, Malang: UMM Press
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (2015). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fazela, A, N. (2020). Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor Di Kota Pekanbaru, Skripsi: Fakultas Psikologi. Universitas Islam Riau
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fitriana, N., & Koentjoro. (2009). Kerajinan berbelanja pada wanita bekerja, 7, 48-57.
- Fitriani, N.A. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Online Shopping Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fransisca & Suyasa, P. T. (2005). Perbedaan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7, 172–199.

- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2011). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Haryani, I. & H. J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. . *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (Pertama)*. Graha Ilmu.
- Korry, P.D.P., & Suartini, N.W. (2018). Hedonism and Culture toward Impact of Shopping Behavior (Case Study in Small Medium Enterprises in Bali). *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 126.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen pemasaran*. edisi 13 jilid 2. Jakarta Timur: Erlangga
- Munandar, A. S. (2006). *Psikologi Indisutri dan Organisasi*. Jakarta: UI-Press
- Mustajab, R. (2022). *Penjualan Motor di Indonesia 588.269 Unit per November 2022* Artikel ini telah tayang di *DataIndonesia.id* dengan judul “Penjualan Motor di Indonesia 588.269 Unit per November 2022”, Author: Ridhwan Mustajab. Editor: Dimas Bayu. Klik selengkapnya di sini: <https://dataIndonesia.id/sektor-riil/detail/penjualan-motor-di-indonesia-capai-588269-unit-per-november-2022>.  
<https://DataIndonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Penjualan-Motor-Di-Indonesia-Capai-588269-Unit-per-November-2022>.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.
- Nitisusastro. (2013). *Perilaku konsumen dalam kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nurbanaat, H., & Desiningrum, D. R. (2020). Gaya Hidup Anggota Komunitas Dan Klub Motor Kota Semarang Pada Usia Dewasa Awal. *Jurnal Empati*, 7(1), 9–15.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100.
- Nurul’Ainy, Z. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 226–235.

- Patricia, L. N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". *Jurnal Psikologi*, 10.
- Patty, S., Wijono, S., & Setiawan, A. (2017). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya, Kontrol Diri, Dan Jenis Kelamin Dengan Prestasi Belajar Siswa Di SMA Kristen YPKPM. *Psikodimensia*, 15(2), 204. <https://doi.org/10.24167/psiko.v15i2.989>
- Primadhyta, S. (2015). *Generasi Millenial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah* Baca artikel CNN Indonesia "Generasi Millenial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah" selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millenial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>. Download Apps CNN Indonesia sekarang <https://app.cnnindonesia.com/>. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millenial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Risma, A. S. (2012). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku alkoholisme pada remaja penggemar musik metal, Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Rusadi, E. (2015). Eksistensi Perempuan Komunitas Motor Di Kota Medan (Studi Kasus Pada Perkumpulan Ladies Matic Bikers), Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*, Jakarta: Kencana.
- Shohibullana, I. H. (2014). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa (Di Tinjau Dari Lokasi Sekolah). *Jurnal Online Psikologi*, 2(1), 46–61.
- Sjahbuana, C. (2014). *Konsumerisme*. <https://prezi.com/F9-5ibxd8pdu/Konsumerisme/>.
- Smet, B. (1994). *Psikologi Kesehatan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugianto, R. (2020). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Memodifikasi Motor Pada Remaja Anggota Komunitas Motor Custom di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3) 3464-3470

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan. Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Triyoga, M, C, V. (2017). Tinjauan Yuridis Sosiologis Pasal 58 Undang-Undang No.22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan Terhadap Sanksi Modifikasi Kendaraan Bermotor Yang Dapat Menyebabkan Kecelakaan Berlalu Lintas, Skripsi: Fakultas Ilmu Hukum. Universitas Muhammadiyah Malang
- Ulya, H. (2017) Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Memodifikasi Motor Oleh Anggota Club Motor, Skripsi: Fakultas Psikologi. Universitas Islam Sultan Agung Semarang
- Willems, Y. E., Boesen, N., Li, J., Finkenauer, C., & Bartels, M. (2019). The heritability of self-control: A meta-analysis. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 100, 324–334. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2019.02.012>
- Yani, H, D. (2014). Hubungan Antara Pendapatan Orangtua Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Tambang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, Skripsi: Fakultas Tarbiyah Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Yusuf, M.A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: prenadamedia group



## I. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah data-data berikut sesuai dengan keadaan diri Anda:

1. Nama :
2. Usia :

## II. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

1. Skala penelitian ini terdiri dari 2 jenis skala, yaitu Skala I dan Skala II.
2. Skala ini berisi beberapa pernyataan, bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan seksama. Tugas Anda adalah memilih jawaban yang benar-benar sesuai dengan pribadi Anda, dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disiapkan dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan Anda. Adapun jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Bila Anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda **Setuju** dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

STS : Bila Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

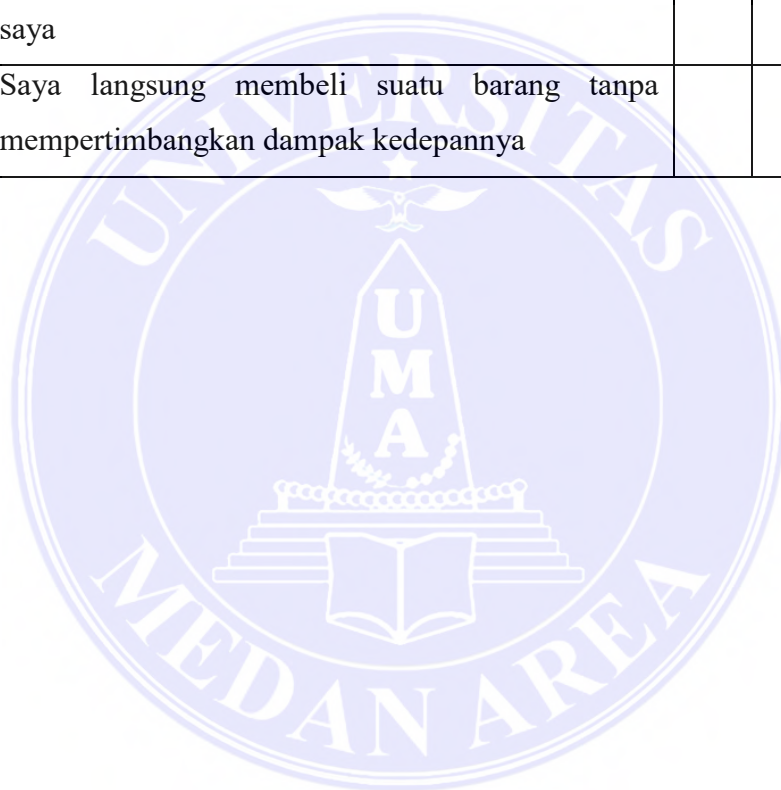
3. Setiap orang memiliki jawaban berbeda dan tidak ada yang dianggap salah. Semua jawaban yang Anda pilih benar, karena itu jawablah pernyataan dibawah ini yang paling sesuai dengan diri Anda. Dan semua jawaban Anda akan dijamin kerahasiaannya.

NO	PERNYATAAN	PILIHAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya membeli barang sesuai kebutuhan				
2	Saya mampu menahan keinginan membeli aksesoris motor ketika melihat teman saya memiliki aksesoris tersebut				
3	Saya mengalihkan perhatian saya saat melihat berbagai produk aksesoris motor di toko				
4	Saya menghabiskan uang tanpa berfikir panjang				
5	Saya mampu mengatur keuangan dalam membeli barang				
6	Saya membeli barang tanpa perencanaan sebelumnya				
7	Saya mempertimbangkan setiap tindakan pembelian yang saya lakukan				
8	Saya menghindari ajakan teman untuk melakukan mengganti cat body motor				
9	Saya dengan mudah mengeluarkan uang dalam melakukan pembelian aksesoris motor				
10	Saya dapat terpengaruh teman untuk membeli aksesoris motor				
11	Saya mempertimbangkan untuk membeli aksesoris dengan mencari informasi tentang barang tersebut				
12	Saya memilih berbagai aksesoris motor saat berada di toko aksesoris				
13	Saya memutuskan untuk membeli barang dengan melihat pada pengalaman masa lalu				
14	Saya mengikuti ajakan teman untuk mengganti cat body motor				
15	Saya mempelajari secara rinci tentang kegunaan aksesoris motor sebelum membeli				
16	Saya membeli barang tanpa mencari tahu kegunaan barang tersebut				



17	Saya dapat memikirkan akibat pembelian aksesoris motor diluar perencanaan				
18	Saya mempelajari baik & buruk suatu barang sebelum membelinya				
19	Saya membeli barang dengan kemauan sesaat				
20	Saya merasa membeli produk diluar kebutuhan menjadi hal yang negative				
21	Saya mengenyampingkan kegunaan barang saat membelinya				
22	Saya melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang				
23	Saya yakin terhadap keputusan saya untuk membeli aksesoris motor				
24	Saya dapat mempertimbangkan berbagai kemungkinan sebelum membeli suatu barang				
25	Saya merasa membelanjakan uang untuk memdofikasi motor adalah sesuatu yang benar				
26	Saya dapat menggunakan uang saya pada hal yang saya perlukan				
27	Saya merasa dengan mudah membelanjakan uang untuk membeli aksesoris motor adalah hal yang positif				
28	Saya mengambil keputusan untuk membeli secara terburu-buru				
29	Saya yakin dengan membeli aksesoris motor dapat menaikkan status di komunitas motor				
30	Saya melihat pada berbagai alternatif jenis aksesoris motor sebelum membeli aksesoris tersebut				
31	Saya kurang yakin untuk membeli barang dengan jumlah yang banyak				

32	Saya melakukan modifikasi motor tanpa memikirkan akibat dari keuangan saya di kemudian hari				
33	Saya merasa pesimis dengan membeli aksesoris motor yang saya lakukan				
34	Saya mempertimbangkan berbagai dampak pembelian sebelum membeli suatu barang				
35	Saya sulit memilih pembelian yang sesuai kebutuhan atau pembelian yang sesuai keinginan saya				
36	Saya langsung membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan dampak kedepannya				





## I. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah data-data berikut sesuai dengan keadaan diri Anda:

1. Nama :
2. Usia :

## II. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

1. Skala penelitian ini terdiri dari 2 jenis skala, yaitu Skala I dan Skala II.
2. Skala ini berisi beberapa pernyataan, bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan seksama. Tugas Anda adalah memilih jawaban yang benar-benar sesuai dengan pribadi Anda, dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disiapkan dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan Anda. Adapun jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Bila Anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda **Setuju** dengan pernyataan tersebut

TS : Bila Anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

STS : Bila Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut

3. Setiap orang memiliki jawaban berbeda dan tidak ada yang dianggap salah. Semua jawaban yang Anda pilih benar, karena itu jawablah pernyataan dibawah ini yang paling sesuai dengan diri Anda. Dan semua jawaban Anda akan dijamin kerahasiaannya.

NO	PERNYATAAN	PILIHAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya menyukai aksesoris motor yang bermerek				
2	Saya tertarik pada aksesoris motor yang sederhana				
3	Saya membeli aksesoris motor yang bermerek				
4	Saya senang melihat aksesoris motor yang mahal				
5	Saya membeli aksesoris motor yang murah				
6	Saya senang mencari aksesoris motor yang bermerek				
7	Saya menyukai aksesoris motor dengan harga terjangkau				
8	Saya berminat membeli aksesoris motor yang mahal harganya				
9	Saya tertarik pada aksesoris motor tanpa melihat mereknya				
10	Saya memprioritaskan aksesoris motor yang mahal harganya				
11	Saya merasa aksesoris motor yang bermerek adalah produk terbaik				
12	Bagi saya, dengan membeli aksesoris motor yang murah sudah layak				
13	Bagi saya, aksesoris dengan harga murah juga dapat menjadi produk terbaik				
14	Saya puas membeli aksesoris motor dengan harga terjangkau				
15	Saya menganggap aksesoris motor yang mahal adalah pilihan terbaik				
16	Saya memilih untuk memakai aksesoris motor keluaran terbaru				

17	Saya merasa aksesoris motor terbaik dari berbagai rentang harga				
18	Saya merasa aksesoris motor yang bermerek memiliki kualitas terjamin				
19	Bagi saya, harga tidak menjamin aksesoris yang saya gunakan untuk produk terbaik				
20	Bagi saya, memakai aksesoris motor yang terbaru sama saja dengan menggunakan model aksesoris yang umum digunakan orang				
21	Saya menggunakan aksesoris motor yang terbaru dibandingkan orang lain				
22	Dengan memakai aksesoris motor yang umum digunakan orang, saya merasa setara dengan teman yang memakai aksesoris model baru				
23	Saya lebih percaya diri menggunakan aksesoris motor yang terbaru				
24	Saya merasa senang ketika lebih dulu membeli aksesoris motor yang belum banyak digunakan orang lain				
25	Saya lebih memilih untuk memakai aksesoris motor yang umum digunakan				
26	Saya lebih senang membeli aksesoris motor model yang umum digunakan orang				
27	Saya merasa senang ketika aksesoris motor terbaru yang saya beli belum dimiliki oleh orang lain				
28	Saya berkeinginan untuk membeli aksesoris motor terbaru yang sedang digemari				
29	Saya suka membeli aksesoris motor yang umumnya juga digunakan orang				
30	Saya merasa senang membeli aksesoris motor yang terbaru				

31	Saya merasa biasa saja ketika mampu membeli aksesoris motor terbaru				
32	Saya menginginkan produk aksesoris motor yang sesuai keadaan saya				
33	Saya memiliki harapan untuk membeli aksesoris motor yang sedang digemari orang lain				
34	Saya mau membeli aksesoris motor yang sesuai keinginan saya				
35	Saya merasa bahagia ketika bisa membelanjakan uang saya untuk memodifikasi motor saya				
36	Saya mau memiliki aksesoris motor yang diminati orang lain				
37	Saya merasa bersalah ketika membelanjakan uang untuk aksesoris motor				
38	Saya berharap aksesoris motor yang saya beli sesuai dengan kebutuhan saya				
39	Membelanjakan uang untuk membeli aksesoris motor saya lakukan untuk memuaskan keinginan saya				
40	Bagi saya, berbelanja aksesoris motor ialah kegiatan yang sia-sia				
41	Saya merasa menyesal setelah menghabiskan uang untuk membeli aksesoris motor				
42	Saya merasa senang saat mencari dan membeli berbagai aksesoris motor				
43	Saya menganggap dengan berbelanja dapat menjalin pertemanan				
44	Saya merasa puas setelah membelanjakan uang saya untuk memodifikasi motor				
45	Saya dapat bergaul dengan teman tanpa membeli aksesoris motor seperti yang dilakukan teman-teman				

46	Saya dapat menjalin pertemanan dalam berbagai kegiatan				
47	Saya merasa merugikan diri sendiri dengan membelanjakan uang untuk memodifikasi motor				
48	Saya merasa derajat sosial saya naik saat membeli aksesoris motor yang mahal				
49	Saya dapat bersosialisasi dengan orang lain melalui kegiatan sehari-hari				
50	Saya dengan mudah mengeluarkan uang untuk mengganti cat body motor saya				
51	Saya menjadikan kegiatan berbelanja untuk bersosialisasi dengan orang lain				
52	Saya mengeluarkan uang yang banyak untuk membeli aksesoris motor				
53	Saya mencari kegunaan aksesoris motor sebelum saya melakukan pembelian				
54	Saya memiliki budget rinci untuk perawatan motor				
55	Saya mempertimbangkan budget untuk membeli aksesoris motor				
56	Saya melakukan modifikasi motor tanpa memperhitungkan biaya				
57	Saya langsung membeli aksesoris motor yang saya sukai				
58	Saya membeli barang sesuai perencanaan keuangan yang dibuat				
59	Saya membeli barang yang saya ketahui manfaatnya				
60	Sebelum membeli aksesoris motor, saya mencari tahu informasi barang tersebut				
61	Saya membeli aksesoris motor sesuai keinginan sesaat saya				
62	Saya membeli barang untuk motor saya tanpa mencari tahu informasi barang tersebut				





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

Subjek	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	Total
S1	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	120
S2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	126
S3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	118
S4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	1	4	3	3	4	4	129
S5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	124
S6	4	4	2	3	4	3	4	1	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	110
S7	4	4	2	4	4	4	4	1	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	118
S8	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	89
S9	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	2	1	4	2	3	1	3	3	4	4	2	3	2	3	1	4	4	4	104
S10	4	3	3	4	4	1	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	117
S11	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	122
S12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	134
S13	1	1	1	4	1	4	1	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	1	4	4	1	1	4	1	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	90
S14	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	2	4	1	4	3	4	4	4	127
S15	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	4	3	3	105
S16	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	95
S17	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	115
S18	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	1	3	2	3	3	4	3	3	113
S19	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	103
S20	3	4	3	4	4	3	3	1	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	2	4	3	4	3	4	2	3	2	4	2	4	1	4	111
S21	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	115
S22	4	3	3	4	4	2	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	1	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	104
S23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	104
S24	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	104
S25	2	1	2	2	3	2	1	3	4	4	3	2	2	4	1	2	4	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	1	4	4	2	3	3	3	3	96	
S26	3	4	3	1	4	2	4	3	1	2	4	1	3	1	3	1	3	4	1	4	1	1	4	3	2	4	1	1	3	4	1	2	1	3	2	1	86
S27	3	2	2	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	107
S28	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	4	3	3	4	4	116
S29	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	4	2	4	2	4	4	120

S30	4	2	2	4	4	4	4	1	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	3	2	4	2	3	1	3	2	4	4	4	115
S31	4	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	4	2	4	2	4	116
S32	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	2	4	3	4	123
S33	4	4	3	4	4	4	4	1	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	2	4	3	3	2	1	2	4	4	4	121
S34	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4	4	126
S35	4	3	2	3	3	4	4	1	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	4	4	123
S36	4	3	3	4	4	1	4	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	124
S37	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	3	2	1	2	4	4	123
S38	4	3	2	3	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	1	4	4	3	4	1	4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	118
S39	4	3	3	4	4	4	4	1	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3	118
S40	3	4	2	3	4	4	4	1	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	115
S41	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	4	4	129
S42	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	123
S43	4	3	3	4	4	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	3	4	2	4	1	4	4	4	4	4	121
S44	4	3	2	4	4	4	4	1	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4	4	124
S45	4	3	2	4	4	4	4	1	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	2	4	3	4	122
S46	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	2	4	3	4	3	4	1	4	2	4	4	121	
S47	4	3	2	4	4	3	4	2	2	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	4	4	119
S48	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	2	1	4	4	4	4	129	
S49	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4	4	129	
S50	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4	3	4	1	4	3	3	1	4	2	4	4	120	
S51	4	3	2	3	4	3	4	1	2	3	4	1	4	4	4	4	3	3	3	1	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4	3	113
S52	4	3	3	3	4	4	4	1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	2	3	1	4	3	4	2	4	2	4	4	4	119
S53	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	4	4	4	132	



Subjek	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	
S1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
S2	3	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	3	1	1	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	3
S3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	
S4	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	
S5	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
S6	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	
S7	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	
S8	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	4	1	1	1	3	1	1	4	1	4	
S9	2	4	3	3	2	2	3	1	1	4	4	3	2	3	1	2	2	3	3	1	2	3	3	2	1	4	1	1	4	1	1	
S10	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	
S11	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	
S12	4	1	4	4	2	4	1	1	1	1	4	4	4	3	4	4	2	4	1	2	3	1	4	4	2	2	4	4	1	4	3	
S13	1	4	1	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	4	1	1	4	1	4	4	1	4	1	1	4	4	1	1	4	1	4	
S14	4	2	3	3	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	1	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	
S15	3	2	4	1	3	3	2	3	2	1	4	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	1	4	4	1	2	2	3	
S16	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	

S17	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	2	2	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3		
S18	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	1	
S19	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2		
S20	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	4	3	3	1	2	4	3	3	2	3	3	3	4	2	1	3	2	3	2	
S21	4	2	3	3	2	2	1	1	3	4	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3		
S22	1	3	2	3	4	1	1	3	3	3	3	2	1	2	1	2	2	3	1	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	2	4	
S23	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	
S24	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	
S25	3	4	3	3	2	2	1	4	3	3	3	1	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2
S26	1	3	2	1	3	1	4	1	4	2	2	3	4	3	1	2	3	1	4	3	2	3	1	1	3	3	1	2	3	1	3	
S27	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	3	3	1	4	3	4	1	1	2	2	1	1	2	1	2	
S28	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	
S29	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	2	1
S30	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	4	1	1	1	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1
S31	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
S32	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	1	3	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
S33	3	2	3	3	2	4	1	4	1	2	4	1	2	1	4	3	2	3	2	1	4	1	4	3	2	2	3	3	2	3	2	
S34	4	2	2	3	2	3	1	3	1	3	4	1	1	1	4	3	1	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	
S35	3	2	3	2	2	4	1	3	1	4	3	2	2	2	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	

S36	3	3	2	4	2	4	1	3	1	2	4	1	1	1	4	3	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
S37	4	4	2	4	2	4	2	4	1	4	4	2	2	2	4	4	1	4	1	1	4	1	4	4	2	1	4	4	2	3	1
S38	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	1	4	3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
S39	4	3	3	3	2	4	1	3	1	4	4	2	2	1	4	4	1	4	1	1	3	1	4	3	2	2	3	3	2	3	2
S40	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	1	3	3	1	4	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2
S41	4	2	2	4	2	4	1	3	1	2	3	2	2	1	4	2	1	4	1	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2
S42	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	2	2	4	4	2	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	1
S43	3	2	2	3	3	3	2	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	3	2	2	1	2	2	1	1	1
S44	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1	1	1	4	4	1	4	1	1	4	1	4	4	1	1	3	3	2	3	2
S45	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	1	2	3	3	2	3	2
S46	3	3	2	3	3	3	2	4	1	4	4	1	1	2	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	4	4	2	3	2
S47	3	2	3	3	2	3	1	2	1	2	3	2	2	1	3	3	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
S48	3	2	4	3	2	3	1	4	1	1	3	2	2	2	3	3	1	4	2	3	2	2	4	3	2	2	4	4	2	4	2
S49	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	4	3	2	4	2	2	3	2	3	4	2	2	4	4	2	4	1
S50	3	4	2	4	2	4	1	4	1	3	3	2	3	1	4	3	1	4	1	2	2	2	4	4	2	2	2	3	2	3	2
S51	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
S52	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	4	2	1	4	1	2	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2
S53	3	2	2	2	2	3	1	1	1	2	4	2	2	1	4	3	1	3	1	2	4	1	4	4	1	2	4	3	2	3	2

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	60	61	62	TOTAL
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	121	
2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	3	3	1	2	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	111
2	2	1	2	2	2	1	3	3	2	3	1	2	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	113
2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	110
2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	2	118
2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	3	1	1	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	138
2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	1	2	2	1	2	3	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	126
3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	2	1	1	4	4	3	4	2	1	3	3	2	2	4	1	1	4	4	2	3	3	156
1	3	1	4	3	1	2	3	2	4	4	1	1	4	3	4	1	1	2	3	2	3	1	1	4	3	1	3	4	3	2	147
2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	1	2	2	3	2	1	1	2	3	1	1	1	3	1	144
2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	1	3	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	2	1	132
1	3	2	2	3	3	1	3	4	4	3	1	1	1	1	4	1	1	4	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	148
4	1	4	1	1	4	4	1	4	4	1	1	1	4	4	4	1	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	155
1	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	127
4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	2	3	2	2	4	2	2	2	1	3	1	1	4	3	4	3	3	3	2	2	4	158
2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	148



2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	<b>154</b>
2	2	1	3	2	3	2	2	2	1	2	3	3	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	<b>131</b>
2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	<b>152</b>
2	2	1	1	3	3	3	1	3	2	2	3	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	2	<b>138</b>
2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>128</b>
3	1	4	2	3	1	4	2	2	1	1	2	2	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	<b>150</b>
2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	<b>137</b>
2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>139</b>
2	3	2	3	2	4	4	3	3	4	1	2	3	1	3	4	4	1	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	<b>172</b>	
4	2	4	2	2	4	4	2	4	3	2	1	1	3	3	4	2	4	1	2	1	3	3	4	1	2	3	3	4	2	2	<b>153</b>	
2	2	2	2	2	4	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	<b>123</b>	
1	1	2	3	1	2	1	3	2	2	3	1	3	4	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	<b>124</b>	
1	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	<b>107</b>	
1	1	2	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	4	1	2	3	2	1	1	1	2	1	1	4	3	1	1	1	2	1	<b>117</b>	
1	2	1	3	2	2	1	3	3	1	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	<b>101</b>	
1	2	1	1	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	1	1	2	1	<b>117</b>	
1	4	1	4	4	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	1	2	3	1	1	1	2	4	1	1	1	2	2	<b>141</b>	
1	3	1	3	3	2	1	4	2	2	3	1	3	1	1	1	3	1	1	4	3	1	2	2	2	3	2	1	1	3	1	<b>135</b>	
1	3	2	3	3	2	1	3	2	2	3	1	3	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	2	4	1	1	1	3	2	<b>139</b>	

1	3	1	3	3	2	1	4	1	1	3	2	3	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	1	2	3	1	1	1	3	1	133
1	4	2	3	3	2	1	3	2	2	3	3	3	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3	2	147
1	3	1	3	4	3	1	4	2	2	3	2	3	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	1	2	4	1	1	1	3	2	150
1	4	1	4	3	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	2	4	1	1	1	2	2	142
1	4	1	3	2	2	1	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	2	3	2	1	1	3	1	141
1	3	1	3	2	3	1	3	1	1	3	3	4	1	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	2	2	1	1	3	1	124
1	4	1	4	4	3	1	4	2	2	3	1	4	1	1	2	4	1	4	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	4	1	164
1	2	1	2	2	2	1	4	2	1	3	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	103
2	4	1	4	4	1	2	3	3	1	4	1	3	1	1	1	4	1	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	146
2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	4	1	3	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	1	2	3	2	1	1	3	1	142
2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	1	1	4	1	1	1	3	2	148
1	3	2	4	3	3	1	3	2	2	3	2	3	1	1	2	3	1	2	2	3	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	133
1	3	1	3	3	2	1	4	2	1	3	2	3	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1	2	3	1	1	1	3	2	138
1	4	1	4	4	2	1	4	2	2	4	4	4	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	149
2	3	2	3	3	2	1	3	2	2	3	1	3	1	1	2	3	1	2	2	3	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1	141
1	1	2	4	4	1	1	4	2	2	3	1	3	1	1	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	3	1	1	2	2	2	132
1	4	2	3	3	3	2	3	2	2	3	1	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	2	2	4	3	1	1	1	3	1	148
2	3	2	3	3	2	1	4	2	2	4	4	3	1	1	2	3	1	1	2	3	2	1	1	2	3	2	1	1	3	2	139



## Reliability

### Scale: Kontrol Diri

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	53	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	53	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	36

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	3,66	,649	53
aitem_2	3,15	,718	53
aitem_3	2,70	,638	53
aitem_4	3,55	,722	53
aitem_5	3,75	,585	53
aitem_6	3,38	,814	53
aitem_7	3,62	,740	53
aitem_8	2,34	1,208	53
aitem_9	2,91	,838	53

aitem_10	3,26	,655	53
aitem_11	3,53	,668	53
aitem_12	2,28	,744	53
aitem_13	3,47	,639	53
aitem_14	3,66	,618	53
aitem_15	3,51	,724	53
aitem_16	3,51	,823	53
aitem_17	3,47	,639	53
aitem_18	3,66	,618	53
aitem_19	2,92	,829	53
aitem_20	3,19	1,001	53
aitem_21	3,38	,790	53
aitem_22	3,26	,944	53
aitem_23	2,94	,602	53
aitem_24	3,53	,723	53
aitem_25	2,70	,723	53
aitem_26	3,60	,631	53
aitem_27	2,79	,793	53
aitem_28	3,47	,823	53
aitem_29	2,75	,585	53
aitem_30	3,36	,623	53
aitem_31	2,04	,619	53
aitem_32	3,42	,795	53
aitem_33	2,49	,724	53
aitem_34	3,66	,618	53
aitem_35	3,42	,745	53
aitem_36	3,60	,631	53

## Item-Total Statistics

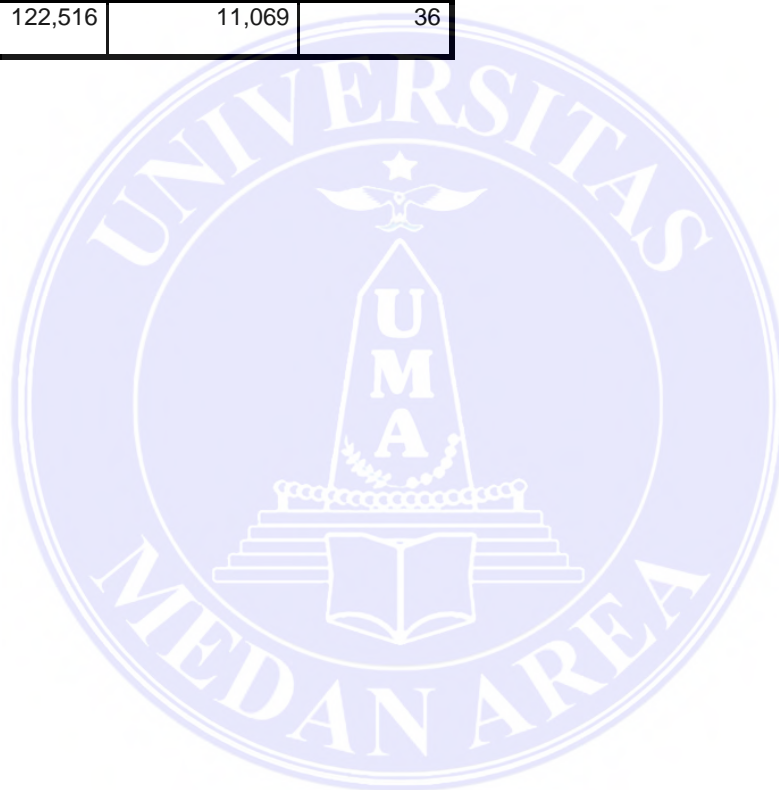
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	112,28	111,976	,737	,852
aitem_2	112,79	115,821	,400	,859
aitem_3	113,25	118,958	,326	,862
aitem_4	112,40	112,744	,603	,854
aitem_5	112,19	114,656	,600	,856
aitem_6	112,57	113,635	,474	,857
aitem_7	112,32	112,453	,607	,854
<b>aitem_8</b>	<b>113,60</b>	<b>120,667</b>	<b>,015</b>	<b>,874</b>
<b>aitem_9</b>	<b>113,04</b>	<b>121,114</b>	<b>,038</b>	<b>,868</b>
aitem_10	112,68	116,914	,365	,860
aitem_11	112,42	114,709	,514	,857
<b>aitem_12</b>	<b>113,66</b>	<b>121,575</b>	<b>,024</b>	<b>,867</b>
aitem_13	112,47	113,869	,604	,855
aitem_14	112,28	114,899	,546	,856
aitem_15	112,43	110,943	,725	,851
aitem_16	112,43	114,443	,420	,858
aitem_17	112,47	114,216	,578	,855
aitem_18	112,28	113,553	,651	,854
aitem_19	113,02	114,557	,410	,858
aitem_20	112,75	114,343	,335	,861
aitem_21	112,57	112,904	,535	,855
aitem_22	112,68	120,145	,372	,868
aitem_23	113,00	117,231	,378	,860
aitem_24	112,42	112,440	,623	,854
<b>aitem_25</b>	<b>113,25</b>	<b>122,419</b>	<b>-,027</b>	<b>,868</b>
aitem_26	112,34	113,459	,645	,854
aitem_27	113,15	120,631	,072	,867
aitem_28	112,47	113,216	,492	,856
aitem_29	113,19	120,194	,154	,864
aitem_30	112,58	116,286	,435	,858
aitem_31	113,91	127,318	,371	,873

aitem_32	112,53	118,523	,394	,864
aitem_33	113,45	121,714	,017	,867
aitem_34	112,28	113,630	,645	,854
aitem_35	112,53	114,908	,442	,858
aitem_36	112,34	114,190	,588	,855

Mean Hipotetik :  $(31 \times 1) + (31 \times 4) : 2 = 77,5$

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
115,94	122,516	11,069	36



## Reliability

### Scale: Perilaku Konsumtif

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	53	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	53	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	62

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	2,89	,725	53
aitem_2	2,45	,695	53
aitem_3	2,62	,627	53
aitem_4	2,79	,743	53
aitem_5	2,34	,586	53
aitem_6	2,79	,769	53
aitem_7	1,81	,709	53
aitem_8	2,51	,933	53
aitem_9	1,92	,895	53
aitem_10	2,19	,962	53



aitem_11	2,94	,818	53
aitem_12	1,98	,635	53
aitem_13	2,00	,809	53
aitem_14	1,81	,735	53
aitem_15	2,72	1,099	53
aitem_16	2,49	,823	53
aitem_17	1,70	,696	53
aitem_18	2,96	,831	53
aitem_19	2,00	,855	53
aitem_20	2,08	,703	53
aitem_21	2,51	,823	53
aitem_22	2,04	,759	53
aitem_23	2,89	,800	53
aitem_24	2,64	,879	53
aitem_25	2,08	,703	53
aitem_26	2,19	,735	53
aitem_27	2,55	,952	53
aitem_28	2,57	,821	53
aitem_29	2,25	,617	53
aitem_30	2,47	,799	53
aitem_31	2,13	,735	53
aitem_32	1,70	,799	53
aitem_33	2,62	,882	53
aitem_34	1,83	,802	53
aitem_35	2,85	,794	53
aitem_36	2,58	,770	53
aitem_37	2,36	,762	53
aitem_38	1,75	,959	53
aitem_39	2,89	,776	53
aitem_40	2,28	,690	53
aitem_41	2,09	,791	53
aitem_42	2,72	,744	53
aitem_43	1,81	,856	53
aitem_44	2,43	,797	53
aitem_45	1,74	1,003	53

aitem_46	1,57	,910	53
aitem_47	2,28	,744	53
aitem_48	2,66	,807	53
aitem_49	1,38	,686	53
aitem_50	1,49	,750	53
aitem_51	1,89	,751	53
aitem_52	2,30	,845	53
aitem_53	1,60	,716	53
aitem_54	1,47	,775	53
aitem_55	1,49	,823	53
aitem_56	1,89	,870	53
aitem_57	2,79	,769	53
aitem_58	1,58	,795	53
aitem_59	1,47	,823	53
aitem_60	1,53	,823	53
aitem_61	2,43	,665	53
aitem_62	1,62	,657	53

**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	133,53	249,792	-,057	,860
aitem_2	133,96	238,960	,445	,852
aitem_3	133,79	243,437	,365	,855
aitem_4	133,62	248,047	,018	,859
aitem_5	134,08	241,225	,409	,853
aitem_6	133,62	248,047	,016	,859
aitem_7	134,60	244,321	,389	,856
aitem_8	133,91	238,510	,334	,854
aitem_9	134,49	240,024	,395	,854
aitem_10	134,23	235,332	,432	,852
aitem_11	133,47	235,408	,515	,851
aitem_12	134,43	245,443	,359	,856

aitem_13	134,42	237,747	,426	,852
aitem_14	134,60	239,436	,397	,853
aitem_15	133,70	241,676	,480	,857
aitem_16	133,92	242,648	,322	,856
aitem_17	134,72	239,053	,441	,852
<b>aitem_18</b>	<b>133,45</b>	<b>243,676</b>	<b>,179</b>	<b>,856</b>
aitem_19	134,42	240,747	,384	,854
<b>aitem_20</b>	<b>134,34</b>	<b>244,382</b>	<b>,188</b>	<b>,856</b>
aitem_21	133,91	239,202	,359	,853
aitem_22	134,38	242,086	,369	,855
aitem_23	133,53	245,523	,314	,857
aitem_24	133,77	237,948	,380	,853
aitem_25	134,34	243,729	,318	,855
aitem_26	134,23	235,255	,586	,850
aitem_27	133,87	237,848	,349	,853
aitem_28	133,85	241,015	,388	,854
aitem_29	134,17	240,798	,409	,853
aitem_30	133,94	241,708	,368	,855
aitem_31	134,28	243,015	,338	,855
aitem_32	134,72	241,438	,380	,855
aitem_33	133,79	235,975	,453	,851
aitem_34	134,58	241,863	,361	,855
aitem_35	133,57	243,212	,409	,856
aitem_36	133,83	240,182	,345	,854
aitem_37	134,06	243,901	,391	,856
aitem_38	134,66	234,190	,474	,851
<b>aitem_39</b>	<b>133,53</b>	<b>249,677</b>	<b>-,051</b>	<b>,860</b>
aitem_40	134,13	243,617	,429	,855
aitem_41	134,32	237,722	,437	,852
<b>aitem_42</b>	<b>133,70</b>	<b>251,099</b>	<b>-,112</b>	<b>,860</b>
aitem_43	134,60	245,667	,398	,858
<b>aitem_44</b>	<b>133,98</b>	<b>246,173</b>	<b>,088</b>	<b>,858</b>
<b>aitem_45</b>	<b>134,68</b>	<b>245,530</b>	<b>,079</b>	<b>,859</b>
aitem_46	134,85	235,477	,455	,851
aitem_47	134,13	240,925	,327	,854

aitem_48	133,75	244,689	,146	,857
aitem_49	135,04	242,614	,378	,855
aitem_50	134,92	241,302	,307	,854
aitem_51	134,53	244,523	,367	,856
aitem_52	134,11	239,872	,322	,854
aitem_53	134,81	244,656	,372	,856
aitem_54	134,94	238,208	,427	,852
aitem_55	134,92	237,687	,420	,852
aitem_56	134,53	242,023	,331	,855
aitem_57	133,62	244,816	,150	,857
aitem_58	134,83	239,067	,379	,853
aitem_59	134,94	235,362	,514	,851
aitem_60	134,89	239,410	,351	,853
aitem_61	133,98	242,019	,317	,854
aitem_62	134,79	241,206	,362	,854

Mean Hipotetik :  $(51 \times 1) + (51 \times 4) : 2 = 127,5$

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
136,42	249,017	15,780	62



**LAMPIRAN 6 UJI ASUMSI  
(NORMALITAS & LINEARITAS)**

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
N		53	53
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	103,74	107,68
	Std. Deviation	11,619	15,397
	Absolute	,147	,074
Most Extreme Differences	Positive	,113	,058
	Negative	-,147	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		1,074	,541
Asymp. Sig. (2-tailed)		,199	,931

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Means

### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	53	100,0%	0	0,0%	53	100,0%

## Report

Perilaku Konsumtif

Kontrol Diri	Mean	N	Std. Deviation
73	119,00	1	.
76	98,00	1	.
78	144,00	1	.
82	112,00	1	.
83	134,00	1	.
89	111,00	1	.
90	127,00	1	.
91	113,00	3	16,462
92	101,00	1	.
93	134,00	1	.
100	118,00	3	6,928
101	93,00	1	.
102	120,00	2	,000
103	96,50	2	17,678
104	95,67	3	13,051
105	86,00	1	.
106	93,00	1	.
107	108,33	3	6,658
108	108,75	4	13,276
109	97,00	2	24,042
110	91,00	1	.
111	109,50	4	21,810
112	106,50	4	4,123
113	104,00	3	21,633
114	97,00	3	19,053
116	110,50	2	7,778

117	101,00	1	.
132	108,00	1	.
Total	107,68	53	15,397

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			6640,464	27	245,943	1,081	,424
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	Between Groups	Linearity	1429,140	1	1429,140	6,282	,019
		Deviation from Linearity	5211,324	26	200,436	,881	,625
	Within Groups		5687,083	25	227,483		
Total			12327,547	52			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	-,340	,116	,734	,539





## Correlations

Correlations

		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-,340*
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	53	53
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-,340*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	53	53

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



**LAMPIRAN 8**  
**SURAT IZIN PENELITIAN**  
**DAN SURAT BALASAN PENELITIAN**



# 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](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

---

Nomor : 732/FPSI/01.10/III/2023 27 Maret 2023  
Lampiran : -  
Hal : **Penelitian**

**Yth. Bapak/Ibu Ketua / Admin**  
**VIJAR Labuhanbatu Raya**  
di  
Tempat

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

Nama : **M. Farhan Aryandi**  
NPM : **198600063**  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **VIJAR Labuhanbatu Raya, Jl. Manaf Lubis, Padang Bulan, Kec. Rantau Utara, Labuhanbatu, Sumatera Utara** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Motor Vihar Labuhanbatu Raya"**.

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 Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

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


An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan  
Pengabdian Kepada Masyarakat



**Laili Ajfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog**

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip





**VIJAR LABUHANBATU RAYA**  
Jl. Manaf Lubis, Padang Bulan, Kec. Rantau Utara  
Labuhanbatu, Sumatera Utara

---

20 April 2023

Nomor : 052/VJLBR/LB/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **Telah selesai melakukan Riset dan Pengambilan Data**

Kepada Yth :  
Universitas Medan Area  
Fakultas Psikologi  
Di-  
Tempat

Dengan hormat,  
Merujuk pada surat yang masuk kepada kami dengan nomor surat 732/FPSP/01.10/III/2023, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pujah Ramadhani  
Jabatan : Ketua VIJAR Labuhanbatu Raya


Dengan ini menyatakan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : M. Farhan Aryandi  
NPM : 198600063  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Telah melakukan penelitian di Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya, terhitung mulai 05 April 2023 hingga 15 April 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya”**

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Komunitas Motor VIJAR Labuhanbatu Raya



Pujah Ramadhani  
(Ketua Vj LBR)