

**STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMTIF PADA REMAJA MASYARAKAT NELAYAN DI DESA PULAU  
HALANG MUKA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Psikologi*

Oleh :

**Gita Mayasari**

**118600274**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2015**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/1/24

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

JUDUL SKRIPSI :STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF REMAJA  
MASYARAKAT NELAYAN DI DESA PULAU  
HALANG MUKA

NAMA MAHASISWA : GITA MAYASARI

NIM : 118600274

PROGRAM STUDI : ILMU PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI

MENYETUJUI  
KOMISI PEMBIMBING



(Hj. Annawati Dewi Purba, S.Psi, M.Si)

Pembimbing I



(Drs. H. Mulia Siregar, S.Psi, M.Psi)

Pembimbing II

MENGETAHUI

KETUA BAGIAN



(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

DEKAN



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

Tanggal Sidang  
10 Desember 2015

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/1/24

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

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmannirrahim...*

Sesungguhnya segala puji hanya milik Allah SWT, sang pencipta alam dengan segala keberkahannya. Atas segala *Rahmaan* dan *Rahiim* Allah, sampai saat ini peneliti masih diberikan nikmat iman, nikmat kesehatan, nikmat kemurahan rezeki dan keluangan waktu untuk selalu belajar dan menambah ilmu pengetahuan yang telah Allah lebarkan dimuka bumi\_Nya ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini. Shalawat beruntai salam peneliti lantunkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, sang pencerah umat dengan segala kelembutannya, kasih sayangnya, kesabarannya, dalam membina akhlak ummat ini, dan beragam suri tauladan yang patut kita amalkan menuju jiwa yang bersih dalam menggapai kebahagiaan hidup akhirat kelak.

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya dukungan nyata baik secara moril maupun materil dari beberapa pihak terutama orang tua peneliti, Ayahanda terhormat Sutrisno dan Ibunda tersayang Almh. Manem yang telah bersusah payah membesarkan, mengasuh dan mendidik peneliti dengan penuh perjuangan, kesabaran, keikhlasan, dan do'a cinta kasihnya sehingga akhirnya peneliti sampai pada jenjang pendidikan sarjana ini. Atas segala yang telah diberikan oleh orangtua tersebut, peneliti mengucapkan rasa syukur yang sangat mendalam dan memberikan apresiasi yang setinggi-tingginya. Peneliti

juga mengucapkan banyak terima kasih kepada segenap saudara, kakak peneliti yang tersayang Jilawati Trisnani yang telah sangat banyak membantu, terima kasih tidak akan cukup untuk membalas semuanya, terima kasih kepada adik-adik peneliti yang sangat disayangi Muhammad Syahrizal, Lian Agus Salim, dan Gressela si adik bungsu. Mereka semua adalah orang-orang terkasih yang peneliti sayangi, ditengah langkah perjuangan hidup mereka, mereka tiada putus dan selalu ada untuk memberikan dukungan, serta do'a keikhlasan. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan cinta dan kasih sayang kedalam hati kita, sehingga kita tetap bersaudara hingga akhirat kelak.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Terima kasih kepada Yayasan Haji Agus Salim
2. Terima kasih kepada bapak Drs. H. Ya'kub Matondang selaku Rektor Universitas Medan Area
3. Bapak Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
4. Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi, M.Psi selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
5. Ibu Hj. Annawati Dewi Purba, S.Psi, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Drs. H. Mulia Siregar. S. Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing II yang telah

- sabar dengan banyak meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dan memberi petunjuk yang sangat berguna sehingga terselesaikan skripsi ini.
6. Ibu Istiana S.Psi, M.Pd, M.Psi terima kasih kebaikan ibu yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi ketua sidang saya dan terima kasih kepada ibu Laili Alfita, S.Psi, M.Psi yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi sekretaris dalam sidang saya
  7. Seluruh Bapak dan ibu dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, terima kasih atas segala ilmu pengetahuan yang telah diberikan kepada peneliti selama menjadi mahasiswa Universitas Medan Area
  8. Bapak Abdul Muis selaku kepala Desa Pulau Halang Muka yang telah memberi izin peneliti untuk melakukan penelitian, serta terima kasih kepada adik-adik remaja di desa Pulau Halang Muka yang telah bersedia mengisi skala, sehingga penelitian ini dapat berjalan lancar
  9. Terima kasih kepada sahabat Cut Laisa Mughira, Endah Claressa, Irna Ruslaini Lubis dan Nurhalimah yang telah *mensupport* dalam hal apapun, dari dulu hingga sekarang yang telah memberi begitu banyak kenangan saat bersama-sama
  10. Terima kasih sahabat seperjuangan Desy Dyonesia Sianipar, yang telah banyak membantu saya dalam hal apapun, emak Desi sangat baik sekali. Terima kasih banyak mak

11. Terima kasih kepada sahabat tercinta di SMA, Wiji Lestari, dan Vivi Arwina yang sudah menjadi sahabat terbaik dari dulu hingga sekarang
12. Teman-teman tersayang karena Allah kita bersaudara, dengan cinta kebersamaan kita berjuang, teman yang saling mengingatkan dan saling mengisi satu sama lain, teman seperjuangan stambuk 2011
13. Terima kasih buat calon imam saya Feri Padli Nasution atas do'a yang telah dilantunkan setiap hari, tiada bosan-bosannya selalu memberikan yang terbaik, terima kasih banyak
14. Terima kasih buat adik di kontrakan Daniyanto, Nanda Aryo, dan Ayu Purnama
15. Terima kasih buat adik saya yang cantik dan mungil Levita Nanda Hayati yang selalu membuat heboh kehidupan

Akhirnya peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Semoga Allah SWT akan membalas semua kebaikannya yang telah diberikan kepada peneliti. Tanpa bantuan mereka semua, skripsi ini tidak akan selesai, sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih.

Medan, 1 Desember 2015

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
<b>A. Remaja .....</b>	<b>11</b>
1. Pengertian Remaja .....	11
2. Pengertian Remaja Masyarakat Nelayan .....	13
3. Ciri-Ciri Remaja Masyarakat Nelayan .....	13

4. Aspek-Aspek Perkembangan Remaja Masyarakat Nelayan .....	16
<b>B. Perilaku Konsumtif .....</b>	<b>19</b>
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	19
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	20
3. Ciri–Ciri Perilaku Konsumtif .....	25
4. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif .....	26
<b>C. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Tipe Penelitian .....	31
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	32
C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian .....	33
D. Populasi, dan Sampel .....	34
E. Metode Pengumpulan Data .....	34
F. Validitas dan Reabilitas .....	35
G. Metode Analisis data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian .....	39
1. Orientasi Kacah .....	39
2. Persiapan Penelitian .....	40
a. Persiapan Administrasi .....	40
b. Pesiapan Alat Ukur .....	40



B. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	44
C. Pembahasan .....	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi Aitem Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba .....	42
Tabel 2. Distribusi Butir Skala Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada Remaja .....	43
Tabel 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada Remaja ..	46
Tabel 4. Budaya .....	46
Tabel 5. Kelas Sosial .....	47
Tabel 6. Pengaruh Pribadi .....	48
Tabel 7. Keluarga .....	48
Tabel 8. Pengaruh Situasi .....	49
Tabel 9. Sikap .....	50
Tabel 10. Pengolahan Informasi .....	50
Tabel 11. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : ALAT UKUR PENELITIAN .....	61
Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba .....	61
Lampiran B : UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ITEM DATA UJI COBA .....	64
Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	64
Lampiran C : ALAT UKUR PENELITIAN .....	66
Skala Perilaku Konsumtif .....	66
Lampiran D : UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DATA .....	68
Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif .....	68
Lampiran E : ANALISIS DATA .....	71
Lampiran F : Surat Keterangan Bukti Penelitian .....	87

## ABSTRAK

### STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF REMAJA MASYARAKAT NELAYAN DI DESA PULAU HALANG MUKA

Oleh  
**Gita Mayasari**  
 118600274

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja di desa Pulau halang Muka. Menurut teori Engell, Blackwell, dan Minniard (1994) faktor-faktor perilaku konsumtif dibagi dalam tiga bagian, yaitu pengaruh lingkungan (budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan pengaruh situasi), pengaruh individu (ekonomi dan sikap) proses psikologis (pengolahan informasi) serta bagaimana teori yang dikemukakan oleh Tambunan (dalam Ajizah, 2010) terbagi dari faktor internal (motvasi, kepribadian, proses belajar, sikap, dan gaya hidup) dan faktor eksternal/lingkungan (kebudayaan, kelas sosial, kelompok acuan/sosial keluarga). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert dengan 32 butir item untuk faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja yang disebarakan sebanyak 117 eksamplar, penggunaan metode deskriptif yang kemudian dianalisa menggunakan rumus F % dan rumus reliabilitas *cronbach's Alpha*. Semua penelitian ini dibantu dengan menggunakan sistem operasi komputer *SPSS 16.0* versi *windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa skala faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mempunyai nilai reliabilitas mempunyai koefisien *Cronbach Alpha* 0.938, kontribusi yang mempengaruhi perilaku konsumtif masing-masing memiliki kontribusi harga  $p < 0.05$ . Dominasi pada kontribusi sedang /rendah terkena bagian-bagian faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sesuai dengan analisis rumus reliabilitas *Cronbach Alpha*. Faktor utama perilaku konsumtif yang paling banyak/tinggi mempengaruhi adalah faktor pengolahan informasi, dari 117 orang remaja di desa Pulau Halang Muka terdapat 24.8% yang berkontribusi atau 29 orang dalam kondisi kuat, dimana remaja membeli suatu produk terlebih dahulu mencari tahu manfaat terbaik dari produk tersebut, kemudian terdapat 15.4% atau 18 orang remaja dalam kondisi lemah, dimana para remaja tidak ingin ketinggalan dengan mode-mode terbaru sehingga mereka selalu *uptodate* terhadap produk-produk terbaru.

**Kata Kunci :** Identifikasi Perilaku Konsumtif, Remaja

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual, mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, terjadi peralihan dari ketergantungan ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri, WHO (dalam Sarwono, 2011).

Menurut Piaget (dalam Hurlock, 1997) mengatakan bahwa secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak merasa tidak lagi merasa dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama dalam masalah hak, integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai banyak aspek efektif, berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Transformasi, intelektual yang khas dari cara berfikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini.

Hurlock (1997) menyatakan salah satu ciri masa remaja adalah masa yang tidak realistis. Pada masa ini, umumnya remaja memandang kehidupan sesuai dengan sudut pandangnya sendiri, yang mana pandangannya itu belum tentu sesuai dengan pandangan orang lain dan juga dengan kenyataan. Bagaimana remaja memandang

segala sesuatunya bergantung pada emosi sehingga menentukan pandangan terhadap suatu objek psikologis. Emosi remaja umumnya belum stabil, sehingga cenderung malah untuk dipengaruhi.

Desa Pulau Halang muka merupakan suatu desa yang terletak di suatu pulau ditengah laut yang penduduknya tidak banyak, desa Pulau Halang merupakan provinsi Riau, Kecamatan Kubu Babussalam, Kabupaten Rokan Hilir. Desa Pulau Halang merupakan desa yang berdekatan dengan kota Bagan Siapi-Api. Pebduduk desa Pulau Halang mayoritas bekerja sebagai Nelayan, dengan penghasilan yang cukup lumayan, mencapai 2 hingga 3 jutaan.

Dalam kaitannya dengan perilaku remaja sebagai konsumen, sebagian besar tidak memiliki penghasilan tetap, mereka memiliki pengeluaran yang cukup besar. Kondisi ini pada gilirannya menimbulkan apa yang disebut dengan budaya konsumen ataupun lebih dikenal dengan sebutan konsumtif. Menurut Albarry (1994) bahwa arti kata konsumtif (*consumptive*) adalah boros atau perilaku boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Perilaku konsumtif tidak terbatas pada golongan ekonomi tertentu. Dapat terjadi pada siapa saja, lelaki, perempuan, tua, muda, kaya ataupun miskin.

Perilaku konsumtif dapat dinyatakan sebagai suatu pola hidup yang memikirkan keadaan sekarang dan kurang memperhatikan bagaimana dan apa yang akan terjadi selanjutnya. Segala upaya akan ditempuh untuk memuaskan keinginan yang dirasakan pada saat itu juga. Dalam arti luas konsumtif merupakan perilaku

konsumsi boros dan berlebihan, yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak adanya skala prioritas, dapat juga diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Sumartono (dalam Sari, 2009) mengatakan bahwa perilaku konsumtif masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat relatif terhadap pengaruh dari luar, seperti halnya beberapa remaja pada masyarakat nelayan yang dijumpai di desa Pulau Halang Muka bahwa para remaja tersebut membeli suatu produk/barang dikarenakan produk tersebut sedang *trend* dikalangan masyarakat dan pengaruh teman sebaya, hanya sekedar ikut-ikutan saja agar terlihat sama seperti teman-temannya.

Remaja memiliki rasa ingin tahu serta dorongan untuk diterima oleh lingkungan. Hal ini membuat mereka lebih mudah menerima hal baru di lingkungan. Pengaruh lingkungan memang merupakan tema yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan remaja. Keadaan seperti ini menyebabkan munculnya dorongan dan tuntutan pada diri remaja agar bisa tampil mengikuti gaya hidup masa kini, baik penampilan, tingkah laku, sikap serta minat tanpa berfikir apakah hal tersebut sesuai untuknya. Tidak penting bagi mereka masalah harga ataupun cocok tidaknya *fashion* itu sendiri dengan kepribadian mereka atau tidak, yang terpenting adalah penerimaan kelompok bahwa mereka sama.

Monks, dkk (dalam Sari, 2009) mengatakan bahwa pada umumnya konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena remaja mempunyai ciri

khas dalam pakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, musik, dalam pertemuan atau pesta. Remaja selalu ingin berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut. Berikut penuturan remaja di desa Pulau Halang Muka :

Kalau saya kak biasa kalau beli baju itu enggak cukup satu, terkadang model zaman sekarang itu kan banyak, jadi belinya juga gak cukup satu, model baju itu terus aja keluar model yang baru-baru ya beli juga. Walaupun tinggal di tempat bukan kota kak, tapi selayaknya mengikuti model zaman sekarang gitu, biar enggak ketinggalan zaman (wawancara interpersonal pada tanggal 15 Maret 2015 pukul 17:21 WIB).

Mangkunegara (dalam Sari, 2009) mengatakan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Remaja lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam berperilaku dan lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang bermerek agar mereka dianggap tidak ketinggalan zaman. Sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.

Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar, membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.



Hal ini dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungannya itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain, itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang populer dilingkungannya. Ketika membeli suatu produk, remaja tidak lagi memikirkan apakah produk tersebut berguna dan bermanfaat bagi mereka atau tidak, melainkan hanya untuk sekedar menunjukkan loyalitasnya saja. Perilaku membeli tidak lagi menepati fungsi yang sesungguhnya dan menjadi ajang pemborosan biaya, apalagi bila dilakukan oleh remaja yang belum memiliki penghasilan sendiri. Banyaknya remaja putri yang menghabiskan uang sakunya akibat dari tekanan kelompoknya yang memiliki norma kelompok dengan perilaku konsumtif. Remaja tersebut tetap melakukan perilaku konsumtif agar dapat diterima oleh kelompok tersebut.

Seperti beberapa kasus yang terlihat diberbagai pusat perbelanjaan, remaja rela menghabiskan uang sakunya agar dapat menyesuaikan dengan perilakunya dengan teman-teman sebayanya. Beberapa produk seperti pakaian, alat sekolah, makanan, serta kosmetik sering tidak dapat diputuskan sendiri atau sebagai hasil keputusan dari teman sebaya. Pemilihan merek sering kali dilakukan karena dorongan untuk mengikuti yang lain agar tidak dipandang sebagai remaja yang ketinggalan zaman.

Berdasarkan penjelasan diatas, perilaku konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh rasa ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungannya itu serta kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain.

Seperti halnya yang dijelaskan oleh Tambunan (dalam Azizah, 2010), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal (motivasi, kepribadian, proses belajar, sikap dan gaya hidup) dan faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok acuan/sosial, dan keluarga).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwasannya beberapa remaja khususnya remaja pada masyarakat nelayan di desa Pulau Halang Muka, melakukan perilaku konsumtif yang dikarenakan oleh pengaruh lingkungan seperti, produk yang dibeli sedang dalam masa *trend* misalnya *fashion*, *gadget* terbaru, ataupun kendaraan terbaru hanya sekedar ikut-ikutan teman sebaya agar terlihat sama dan lebih kompak. Hal ini dapat menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi salah satunya dikarenakan oleh pengaruh lingkungan serta motivasi. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, khususnya remaja pada masyarakat nelayan di desa Pulau Halang Muka.

## B. Identifikasi Masalah

Perilaku konsumtif sebagai suatu pola hidup yang memikirkan keadaan sekarang dan kurang memperhatikan bagaimana dan apa yang akan terjadi selanjutnya. Segala upaya akan ditempuh untuk memuaskan keinginan yang dirasakan pada saat itu juga. Dalam arti yang luas konsumtif merupakan perilaku yang boros dan berlebihan, yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, tidak adanya skala prioritas, dapat juga diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Lubis (dalam Sari 2009) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif seperti ini terjadi pada hampir semua bagian masyarakat, tidak hanya pada orang dewasa, perilaku konsumtif pun banyak melanda para remaja yang masih duduk dibangku sekolah.

Bila melihat fenomena perilaku para remaja khususnya remaja sekarang ini kita merasakan sebuah rasa kekhawatiran yang tinggi terhadap tingkah laku mereka. Dan mayoritas diantara mereka sudah mulai muncul budaya konsumtif, mereka sekarang ini memperlihatkan sebuah perilaku membeli secara berlebihan dan tidak rasional tanpa mementingkan kebutuhan. Perilaku konsumtif tidak mengenal jenis kelamin dan umur, karena remaja termasuk kelompok yang berperilaku konsumtif. Remaja melakukan pembelian secara berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhan

melainkan untuk bisa diterima oleh lingkungannya, menaikkan gengsi, dan tampil beda dari lingkungannya. HP selalu tercanggih dan terbaru, anak muda sekarang saling bersaing untuk mempunyai barang yang terbaru dan terlengkap. Bagi yang orang tuanya kaya mungkin tidak ada masalah, tapi bagi mereka yang kurang mampu orangtua bingung karena anak terus menuntut sekaligus mengancam akan tidak sekolah. Mungkin para orang tua jadi merasa pusing memikirkan tingkah laku mereka.

Dapat dilihat dari fenomena yang telah dijelaskan diatas bahwa perilaku konsumtif pada remaja salah satunya disebabkan oleh faktor perilaku konsumtif itu sendiri, yaitu kelompok referensi, situasi, kepribadian, serta gaya hidup.

### **C. Batasan Masalah**

Dalam sebuah penelitian, masalah yang akan diteliti perlu dibatasi agar sebuah penelitian menjadi lebih terfokus dan diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian dengan lebih efektif dan efisien. Pada penelitian ini, peneliti akan menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, khususnya remaja pada masyarakat nelayan yang berjumlah 50 orang. Penelitian akan dilakukan di desa Pulau Halang Muka.

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

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah faktor–faktor apa sajakah yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja masyarakat nelayan di desa Pulau Halang Muka.

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

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengidentifikasi faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja masyarakat nelayan di desa Pulau Halang Muka.

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

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

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah :

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang psikologi sosial.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi psikologi sosial dan memperkaya hasil penelitian yang telah ada dan dapat memberikan gambaran mengenai studi identifikasi faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.

## 2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

- a. Memberikan informasi kepada remaja dalam memahami dan menyikapi perilaku konsumtif dalam lingkungan sosial. Sehingga remaja dapat menyesuaikan diri dengan baik terhadap perilaku konsumtif yang ada dilingkungan.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi tambahan bagi peneliti berikutnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif pada remaja.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Remaja

##### 1. Pengertian Remaja

Istilah *Adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *Adolescere* (kata bendanya, *Adolencenria* yang artinya remaja) yang berarti “ tumbuh “ atau “ tumbuh menjadi dewasa”. Istilah *Adolescence* seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 1997).

Menurut Piaget (dalam Hurlock, 1997) mengatakan bahwa secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak merasa tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak, integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai banyak aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Transformasi, intelektual yang khas dari cara berfikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini.

WHO (Sarwono 2011)memberikn definisi tentang remaja yang lebih bersifat konseptual, dalam definisi tersebut dikemukakan tiga kriteria, yaitu biologis,

psikologis, dan sosial ekonomi, sehingga secara lengkap definisi tersebut berbunyi sebagai berikut.

Remaja adalah suatu masa dimana :

- a. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
- b. Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
- c. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

Menurut Calon (dalam Hurlock, 1997) masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat-sifat masa transisi atau peralihan, karena remaja belum memperoleh status orang dewasa, tetapi tidak lagi memiliki status anak-anak. Masa remaja berlangsung kira-kira dari 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum.

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa masa remaja adalah masa anak-anak kemasadewasaan, dimana remaja belum memperoleh status dewasa, tetapi tidak lagi memiliki status anak-anak. Masa remaja dimulai dari usia 13 tahun sampai dengan 18 tahun.



## 2. Pengertian Remaja Masyarakat Nelayan

Masa remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak menuju masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Perubahan yang tampak jelas adalah perubahan fisik, dimana tubuh berkembang pesat sehingga mencapai bentuk tubuh orang dewasa yang disertai pula dengan berkembangnya kapasitas reproduktif. Remaja masyarakat nelayan adalah remaja yang tinggal di daerah pesisir pantai yang mayoritas pekerjaannya adalah seorang nelayan. Pekerjaan nelayan merupakan pekerjaan menangkap ikan dan turun temurun umumnya tidak banyak mengalami perubahan. Remaja masyarakat nelayan pada umumnya mereka membantu orantuanya untuk ikut mencari atau menjual hasil tangkapannya kepada pengepul ikan (Imron, 2003).

Menurut Todaro (2004) remaja masyarakat nelayan adalah sekumpulan remaja yang hidup dipesisir pantai.

Menurut uraian diatas, bahwa remaja masyarakat nelayan adalah remaja yang hidup di daerah pesisir pantai yang umumnya bekerja sebagai nelayan.

## 3. Ciri – Ciri Remaja Masyarakat Nelayan

Seperti halnya dengan semua periode yang penting selama rentang kehidupan, masa remaja mempunyai ciri–ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelum dan sesudahnya, Hurlock (1997) mengatakan bahwa ciri–ciri masa remaja yaitu :

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Ada beberapa periode yang lebih penting daripada beberapa periode lainnya, karena akibatnya yang langsung terhadap sikap dan perilaku, dan ada lagi yang penting karena akibat jangka panjangnya. Pada periode remaja, baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologisnya.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Dalam setiap periode peralihan, status individu tidaklah jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan.

c. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi baik oleh laki-laki maupun perempuan.

d. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dengan sikap dan perilaku menurun juga.

e. Masa remaja sebagai masa dalam mencari identitas

Pada tahun-tahun awal masa remaja, penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi anak laki-laki dan anak perempuan. Lambat laun mereka mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-teman dalam segala hal seperti sebelumnya.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapih, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak, menyebabkan orang dewasa harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja muda takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Remaja cenderung memandang kehidupan melalui kaca berwarna merah jambu, ia melihat dirinya dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita.

h. Masa remaja sebagai ambang masa remaja

Dengan semakin dekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri masa remaja sebagai periode penting, peralihan, perubahan, usia masalah, masa dalam mencari identitas, usia yang menimbulkan ketakutan, masa yang tidak realistik dan ambang masa dewasa.

#### 4. Aspek–Aspek Perkembangan Remaja Masyarakat Nelayan

Menurut Hurlock (1997) ada beberapa aspek yang meliputi perkembangan masa remaja. Aspek–aspek tersebut adalah :

##### a. Fisik

Perubahan fisik pada masa remaja belum sempurna, terdapat penurunan dalam laju pertumbuhan dan perkembangan internal lebih menonjol dari pada perkembangan eksternal. Perkembangan internal meliputi tinggi badan, berat, proporsi tubuh, organ sex dan ciri–ciri sekunder. Perkembangan eksternal meliputi sistem pencernaan, sistem peredaran darah, sistem pernafasan, sistem endokrin, dan jaringan tubuh.

Variasi dalam perubahan fisik terdapat pola perbedaan individu yang di pengaruhi oleh usia kematangan. Pada masa remaja terkadang muncul keprihatinan akan perubahan fisik mereka. Hanya sedikit remaja yang mengalami kateksis tubuh atau merasa puas dengan tubuhnya. Ketidakpuasan lebih banyak dialami di beberapa bagian tubuh tertentu. Keprihatinan timbul karena adanya kesadaran bahwa daya tarik fisik berperan penting dalam hubungan sosial dan pemeliharaan pemimpin.

##### b. Emosi

Masa remaja dianggap sebagai periode “badai dan tekanan” yaitu suatu masa dimana ketegangan emosi meninggi sebagai akibat dari perubahan fisik dan kelenjar. Tidak semua remaja mengalami ketidakstabilan dari waktu ke waktu sebagai

konsekuensi dari penyesuaian diri pada pola perilaku baru dan harapan sosial yang baru.

Pola emosi masa remaja sama dengan pola emosi masa kanak-kanak. Perbedaan terletak pada rangsangan yang membangkitkan emosi dengan derajat, dan khususnya pada pengendalian latihan individu terhadap ungkapan emosi mereka. Seseorang remaja dikatakan sudah mencapai kematangan emosi bila reaksi emosional mereka stabil, tidak berubah dari satu emosi atau suasana hati kesuasana hati yang lain, seperti dalam periode sebelumnya. Untuk mencapai kematangan emosi, remaja harus belajar memperoleh gambaran tentang situasi yang dapat menimbulkan reaksi emosional.

### c. Sosial

Salah satu tugas perkembangan remaja yang tersulit adalah berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis dalam hubungan menyesuaikan diri dengan orang dewasa diluar lingkungan keluarga dan sekolah. Untuk mencapai tujuan daripada sosialisasi dewasa, remaja harus membuat banyak penyesuaian baru. Terpenting dan tersulit adalah penyesuaian diri dengan meningkatnya pengaruh kelompok sebaya, perubahan dalam perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam seleksi persahabatan, nilai-nilai baru dalam dukungan dan penolakan sosial dan nilai-nilai baru dalam seleksi pemimpin.

Remaja lebih banyak berada diluar bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga. Namun dari semua perubahan yang terjadi dalam sikap dan perilaku sosial, yang paling menonjol terjadi dari bagian hubungan heteroseksual.

#### d. Moral

Perubahan pokok dalam moralitas selama remaja terdiri dari mengganti konsep moral tentang benar dan salah yang bersifat umum, membangun kode moral berdasarkan pada prinsip-prinsip moral individu, dan mengendalikan perilaku melalui perkembangan hati nurani.

Menurut Michell (dalam Hurlock, 1997) meningkatkan perubahan dasar dalam moral yang harus dilakukan oleh remaja. Perubahan fundamental dan moralitas selama masa remaja adalah :

- a. Pandangan moral individu semakin lama menjadi semakin abstrak dan kurang konkret.
- b. Keyakinan moral lebih terpusat pada apa yang benar dan kurang pada apa yang salah. Kemudian muncul sebagai kekuatan moral yang dominan.
- c. Penilaian moral menjadi semakin kognitif, ini mendorong remaja lebih berani menganalisis kode sosial dan kode pribadi daripada masa kanak-kanak dan berani mengambil keputusan terhadap berbagai masalah moral yang dihadapi.
- d. Penilaian moral menjadi kurang egosentris.

e. Penilaian moral secara psikologis menjadi lebih mahal dalam arti bahwa penilaian moral merupakan bahan emosi dan menimbulkan ketegangan psikologis.

#### e. Kepribadian

Pada masa remaja mereka mulai menyadari akan peran kepribadian dalam hubungan sosial dan oleh karenanya terdorong untuk memperbaiki kepribadian mereka. Perubahan ini diharapkan dapat meningkatkan status mereka didalam kelompok sosial. Banyak remaja menggunakan standar kelompok sebagai dasar konsep mereka mengalami kepribadian “ideal” mana mereka menilai kepribadian mereka sendiri. Tidak banyak yang merasa dapat mencapai gambaran yang ideal ini dan mereka yang tidak berhasil ingin merubah kepribadian mereka.

Banyak kondisi dalam kehidupan remaja yang turut membentuk pola kepribadian melalui pengaruhnya pada konsep diri. Beberapa diantaranya sama dengan kondisi pada masa kanak-kanak, tetapi banyak yang merupakan akibat dari perubahan-perubahan fisik psikologis yang terjadi pada masa remaja.

## B. Perilaku Konsumtif

### 1. Pengertian Perilaku konsumtif

Kata “konsumtif” (sebagai kata sifat ; lihat akhiran-if) sering di artikan sama dengan kata “ konsumerisme “.Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih

khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Lubis (Sari, 2009) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Pemahaman tentang konsumtif dimaksudkan sebagai paham atau gaya hidup yang mempunyai ciri utama berupa perilaku pembelian suatu barang secara berlebihan dan pembelian suatu barang secara berlebihan dan pembelian barang ini lebih berorientasi pada pertimbangan rasional. Jadi perilaku konsumtif disini adalah suatu pola pemenuhan kebutuhan hidup yang sifatnya lebih menekankan pada pemakaian yang berlebihan dan mewah. Perilaku ini muncul disebabkan adanya dorongan dan keinginan untuk mendapatkan kepuasan sebesar-besarnya demi rasa senang terhadap suatu produk, Himam (dalam Pakpahan, 2008).

Berdasarkan pengertian perilaku konsumtif diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi mendapatkan kepuasan hasrat dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya yang bersifat berlebihan.

## **2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut Tambunan (dalam Ajizah, 2010), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh :

### **a. Faktor Internal**



- Motivasi, kebanyakan dari kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan.
- Kepribadian, faktor ini mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.
- Proses belajar, merupakan aktivitas manusia yang dilakukan sepanjang hidupnya. Pembelajaran adalah hasil pemrosesan informasi secara sadar (pada perilaku beli produk yang memerlukan keterlibatan tinggi), tidak sadar ataupun tidak terfokus (pada perilaku beli produk yang tidak memerlukan keterlibatan tinggi).
- Sikap, faktor ini sangat penting bagi pemasaran untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap produknya, karena sikap yang positif akan menghasilkan pembelian bukan saja dari konsumen yang bersangkutan, tetapi rekomendasi kepada teman maupun keluarganya juga akan membuahkan pembelian yang menguntungkan. Sebaliknya sikap negatif terhadap produk akan menghasilkan penolakan dan sikap yang demikian ini akan diteruskan untuk mempengaruhi orang lain. Sikap ini dibentuk dari pembelajaran.
- Gaya hidup konsumen sebagai pola aktivitas, minat dan pendapat konsumen yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya. Gaya hidup selalu berkaitan dengan pilihan barang dan jasa yang dipergunakan.

### b. Faktor Eksternal

- Kebudayaan, budaya merupakan milik bersama dalam suatu masyarakat atau komunitas dan budaya juga bersifat dinamis. Dalam setiap budaya terdapat nilai-nilai dasar yang ideal dan sosial prioritas hidup, dan sebagai konsumen berperan dalam pemilihan produk.
- Kelas sosial, setiap kelas sosial terdapat suatu faktor-faktor gaya hidup yang spesifik (keyakinan, sikap, kegiatan dan perilaku yang sama) yang dapat membedakan anggota-anggota satu kelas sosial dari anggota-anggota kelas sosial lainnya.
- Kelompok acuan/sosial, orang yang sering dipengaruhi oleh kelompok acuan dimana ia menjadi anggotanya. Kelompok acuan dapat mempengaruhi orang pada perilaku gaya hidup. Mereka dapat mempengaruhi pemilihan produk dan merek yang dipilih oleh seseorang.
- Keluarga, anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli. Keluarga dan sanak keluarga, terutama dalam budaya yang cenderung kolektif (bukan individual) sangat menentukan perilaku pilihan produk dan aktivitas pembelian.

Sedangkan menurut Engell, dkk (1994) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yakni :

#### a. Pengaruh lingkungan

- Budaya mengacu pada nilai, gagasan, artefak, dan simbol–simbol bermakna lainnya yang membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil dari kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan hal yang kompleks meliputi pengetahuan, kepercayaan diri, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma yang berlaku dimasyarakat.
- Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka didalam pasar. Kelas sosial adalah pembagian didalam masyarakat yang terdiri dari individu–individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Mereka dibedakan oleh perbedaan status sosial ekonomi yang berjajar dari yang rendah hingga yang tinggi. Status sosial kerap menghasilkan bentuk–bentuk perilaku konsumen yang berbeda.
- Pengaruh pribadi mengacu pada kelompok acuan yang didefinisikan sebagai orang atau kelompok orang yang mempengaruhi secara bermakna perilaku individu. Pengaruh pribadi adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi memberikan aspirasi atau dalam perilaku.
- Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi maupun tinggal bersama. Dalam pengambilan keputusan pembelian, faktor keluarga berperan sebagai

pengambilan inisiatif, pemberi pengaruh, pengambil keputusan, pembeli, dan pemakai.

- Pengaruh situasi mengacu pada situasi pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Perilaku berubah ketika situasi berubah dan terkadang perubahan ini tidak menentu dan tidak dapat diramalkan.

#### b. Perbedaan Individu

- Sikap didefinisikan sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang digunakan.

#### c. Proses Psikologis

- Pengolahan informasi adalah menyampaikan cara-cara dimana informasi ditransformasikan, dikurangi, dirinci, disimpan, didapat kembali, dan digunakan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Tambunan (2010) antara lain adalah faktor internal dan faktor eksternal, yakni kebutuhan motivasi, kepribadian, proses belajar, sikap, gaya hidup, kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga. Sedangkan menurut Engel, dkk (1994) yang merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, pengaruh situasi, sikap, pengolahan informasi.

### 3. Ciri – Ciri Perilaku Konsumtif

Ridho (dalam Fathni, 2011) mengatakan bahwa ada beberapa ciri yang dimiliki dalam perilaku konsumtif, antara lain :

a. Keinginan membeli secara spontan

Hal ini merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau barang yang tidak direncanakan sebelumnya, tetapi muncul secara tiba-tiba atau spontan. Jika keinginan seperti itu terus menerus dibiarkan serta dituruti, ini akan menjadi sebuah masaah yang sulit dihentikan. Terlebih setelah maraknya tempat yang menjadi pusat perdagangan yang menawarkan berbagai barang yang sangat menarik.

b. Gejala demam belanja

Sebenarnya kecanduan membeli barang, sama seperti kecanduan minuman keras, harus diakui banyak individu yang rela menguras isi kantong mereka demi membeli berbagai macam barang yang tidak mereka butuhkan.

c. Keinginan membeli untuk bermewah-mewahan

Inilah pola berbelanja barang yang tidak diperlukan secara berlebihan dengan tujuan hanya sekedar untuk kebanggaan atau menjaga gengsi. Perilaku seperti ini biasanya berlaku dikalangan orang-orang kaya yang gemar membelanjakan sebagian besar harta untuk membeli barang-barang yang diperlukan maupun yang kurang diperlukan.

Menurut Sumartono (2002) ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu membeli karena penawaran hadiah yang menarik, membeli karena kemasan menarik, membeli karena

gengsi dan penampilan, membeli karena ada program potongan harga, kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial, memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, penilaian bahwa membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, individu membeli lebih dari dua barang sejenis dengan merek barang yang berbeda.

Menurut Ridho (dalam Fathni, 2011) Perilaku ini juga mempengaruhi kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah kebawah yang memiliki penghasilan terbatas. Salah satu hal yang memantu maraknya fenomena perilaku konsumtif ini adalah sarana-sarana baik lewat film, majalah, surat kabar, televisi dan radio serta maraknya pusat-pusat perbelanjaan. Hal ini sering membuat individu membeli begitu saja produk-produk tersebut, meskipun sebenarnya mereka tidak membutuhkan produk tersebut. bahwa ada beberapa ciri yang dimiliki oleh perilaku konsumtif, yaitu adanya keinginan untuk membeli secara spontan, gejala demam belanja dan keinginan untuk bermewah-mewahan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka agar mendapat dukungan sosial dari lingkungan mereka berada.

#### **4. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif**

Fromm (dalam Elli, 2010) mengatakan bahwa manusia zaman ini terpesona oleh kemungkinan membeli dan membeli, terutama barang-barang baru. Manusia lapar akan konsumsi, tindakan membeli dan mengkonsumsi telah menjadi tujuan

irasioanal dan kompulsif, karena tujuannya terletak pada membeli itu sendiri tanpa hubungan sedikitpun dengan manfaatnya atau dengan kesenangan dalam membeli dan mengkonsumsi barang-barang.

Perilaku konsumsi individu yang tidak mencerminkan usaha untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi lebih kepada keinginannya maka perilaku seperti ini oleh para ahli disebut sebagai perilaku yang tidak rasional, dimana perilaku ini lebih menonjolkan pada penampakan gengsi atau status individual yang merupakan aspek perilaku konsumtif itu sendiri. Keputusan pembelian yang didominasi oleh faktor emosi menyebabkan munculnya perilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan dalam perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli sesuatu yang belum tentu menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama dan menimbulkan pemborosan.

Menurut Sumartono (dalam S. Hotpascaman, 2010), aspek perilaku konsumtif adalah :

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihiasi dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

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

d. Membeli produk atau pertimbangan harga (bukan atau dasar manfaat kegunaannya).

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

f. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolalkannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan pablik figur produk tersebut.

g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

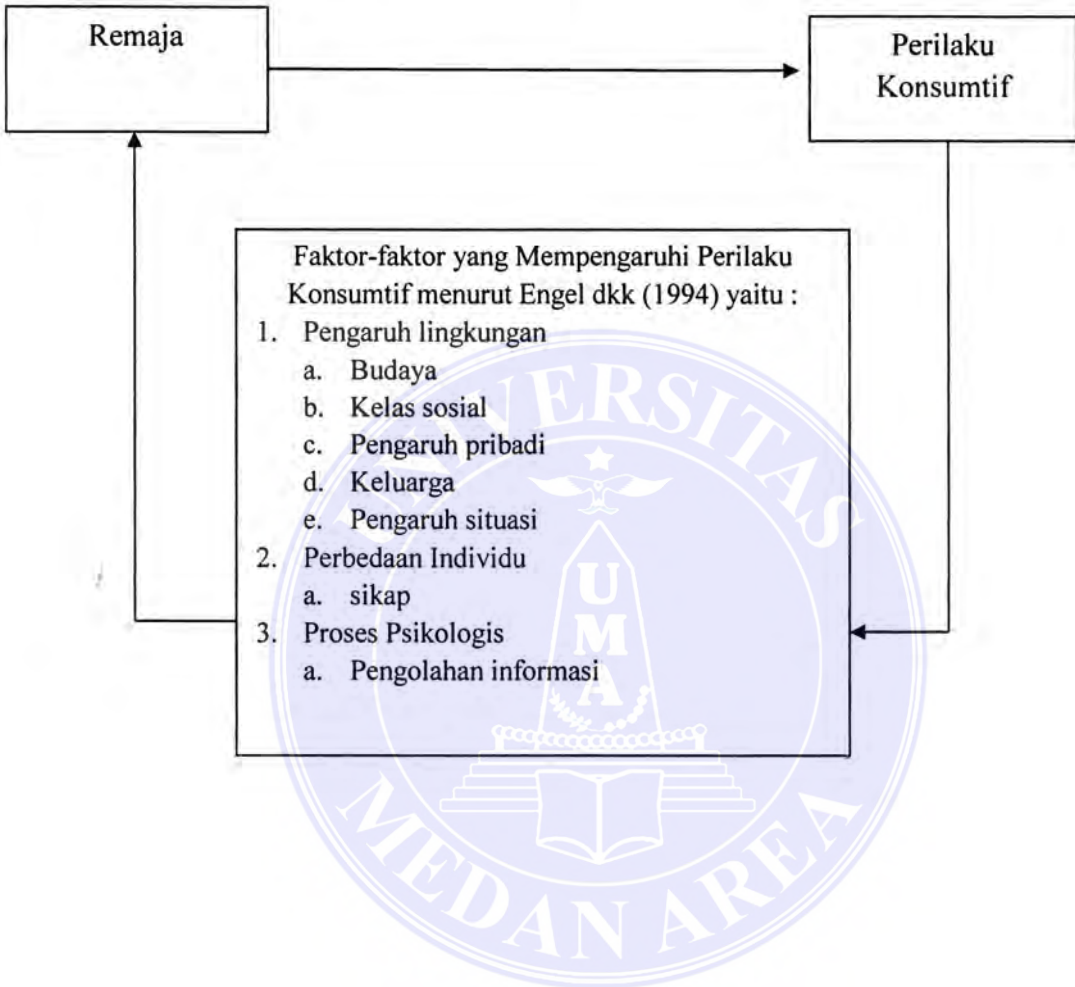


Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cross (dalam Hurlock, 1997) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aspek perilaku konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atau pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, membeli produk karena unsur konformitas, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis sama dengan merek yang lain.

### C. Kerangka Konseptual



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian salah satu unsur yang sangat penting adalah metode yang digunakan. Dalam hal ini akan diuraikan pokok-pokok bahasan sebagai berikut (A) Tipe Penelitian (B) Identifikasi Variabel Penelitian (C) Definisi Operasional Variabel Penelitian (D) Populasi dan sample (E) Metode Pengumpulan Data (F) Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur (G) Metode Analisis Data.

#### A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2003). Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *total sampling* dan pengumpulan data menggunakan skala penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2007).

## B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut atau sifat yang mempunyai variasi atau macam-macam nilai. Variabel dapat memiliki dua nilai (dikotomi atau politomi). Suatu atribut bisa manusia namun bisa juga objek. Atribut dari manusia, misalnya, berat badan, tinggi, motivasi, dan lain-lain. Atribut dari objek, misalnya warna, ukuran, bentuk, dan lain-lain (Nisfiannoor, 2009). Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu dan struktur. Dengan pengertian ini, maka variabel adalah sebuah fenomena (yang berubah-ubah) maka bisa jadi tidak ada satu peristiwa di alam ini yang tidak dapat disebut variabel, tinggal tergantung bagaimana kualitas variabelnya, yaitu bagaimana bentuk variasi fenomena tersebut (Bungin, 2005).

Adapun variabel yang menjadi inti penelitian ini adalah variabel tunggal “Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja”.

## C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan kajian yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, maka definisi operasional yang dapat disampaikan dalam tulisan ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.

Perilaku konsumtif adalah tindakan yang terlihat secara nyata dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang hasil industri dan jasa tanpa batas dan lepas kendali yang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan

dimana perilaku konsumtif itu sendiri bertujuan untuk mencapai kepuasan dengan motif gengsi ataupun pengakuan dari lingkungannya. Perilaku konsumtif dapat diukur dengan skala perilaku konsumtif dengan menggunakan faktor-faktor yaitu faktor budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, pengaruh situasi, sikap dan pengolahan informasi (Engell dkk, 1994).

## D. Populasi dan Sample

### I. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2005). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja masyarakat nelayan (berusia 13-17 tahun) Populasi dalam penelitian ini adalah remaja masyarakat nelayan yang tinggal didesa Pulau Halang Muka yang berjumlah 117 orang.

### 2. Sample

Sampel adalah sebagian yang diambil dari suatu populasi. Bila sampel yang diambil jumlahnya kecil, maka besar kemungkinan akan diperoleh sampel yang tidak representatif dibandingkan bila sampel yang diambil jumlahnya besar. Sampel yang tidak representatif mengandah *total sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan

mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel (Sugiyono, 2006). Sampel yang diambil pada penelitian ini sekitar 117 orang.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala. Skala adalah suatu daftar yang berisi pernyataan yang diberikan kepada subyek agar dapat mengungkapkan aspek-aspek psikologis yang ingin diketahui. Hadi (2004) menyatakan bahwa skala merupakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari daftar-daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang menjadi objek penelitian dan diberikan dengan tujuan untuk mengungkapkan kondisi-kondisi dalam diri subjek yang ingin diketahui. Menurut Hadi (2004), alasan digunakannya skala adalah :

1. Subjek adalah orang yang paling tahu mengenai dirinya sendiri
2. Apa yang dikatakan subjek adalah benar dan dapat dipercaya
3. Interpretasi subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penyebaran skala faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja. Skala yang akan digunakan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja. Tipe skala yang digunakan adalah tipe skala langsung yaitu



skala yang langsung dikerjakan oleh subjek penelitian dan subjek tinggal memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan dan jawaban yang diberikan tersebut adalah berupa informasi tentang dirinya sendiri.

Bentuk pengumpulan data disusun oleh peneliti berdasarkan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang menggunakan 4 (empat) alternatif jawaban. Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subyek pada setiap pertanyaan *favourable* adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 4, Setuju (S) mendapat nilai 3, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 1, sedangkan untuk pertanyaan yang *unfavourable* penilaian yang diberikan adalah Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 1, Setuju (S) mendapat nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 4.

## F. Validitas dan Reabilitas

Validitas dan reliabilitas memegang peranan yang sangat penting dalam penelitian. Sebelum alat ukur tersebut dipakai, lebih dahulu harus diukur tingkat validitas setiap butir dan reliabilitas alat ukur. Validitas dan reliabilitas yang tinggi akan memberikan informasi yang baik mengenai keadaan subjek yang diteliti (Azwar 1992).

## 1. Validitas

Dalam menjalankan fungsi pengukurannya, validitas didefinisikan sebagai ketetapan dan kecermatan alat ukur. Suatu alat ukur atau pengumpul data dikatakan valid apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran (Azwar,1992).

Menguji validitas suatu alat ukur dapat mempergunakan kriteria dalam dan kriteria luar. Kriteria dalam kriteria yang diambil dari alat ukur itu sendiri. Sedangkan kriteria luar adalah kriteria yang diambil dari luar alat ukur itu.

Cara yang dipergunakan untuk mengukur validitas skala dalam penelitian ini adalah menggunakan kriteria pembandingan yang berasal dari dalam alat ukur itu sendiri. Pengujian validitas cara ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir item dengan nilai total. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur dalam hal ini adalah angket, yang dilakukan dengan menggunakan teknik *Chi Kuadrat*. *Chi Kuadrat* adalah suatu teknik statistik yang memungkinkan penyelidikan menilai probabilitas memperoleh perbedaan frekuensi yang nyata atau yang diobservasi dengan frekuensi yang diharapkan dalam kategori-kategori tertentu sebagai akibat dari kesalahan sampling (Hadi,2004).

Rumus bangun untuk *Chi Kuadrat* adalah sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_n)^2}{f_n}$$

Dimana:



$\chi^2$  : *Chi Kuadrat*

$f_o$  : Frekuensi yang diperoleh dari (diobservasi dalam) sampel

$f_h$  : Frekuensi yang diharapkan dalam sampel sebagai pencerminan dari frekuensi yang diharapkan dalam populasi.

*Chi Kuadrat* adalah alat untuk mengadakan estimasi. Sebagai alat estimasi *chi kuadrat* digunakan untuk menaksir apakah ada perbedaan yang signifikan ataukah tidak antara frekuensi yang diharapkan dalam populasi ini, kadang-kadang disebut juga dengan frekuensi hipotetik, karena digunakan sebagai alat hipotesis yang akan diuji dengan frekuensi yang diperoleh dari sampel. Oleh karena itu dalam pengertian yang longgar *chi kuadrat* sebagai alat estimasi diberi kedudukan juga sebagai alat pengujian hipotesis (Hadi,2004).

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran tersebut dapat diandalkan, artinya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Pengertian relatif menunjukkan adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil pengukuran (Azwar,1992).

Pengukuran reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini digunakan reliabel 0,872 memakai *alpha cronbach*. 0,872 termasuk dalam reliabel sangat tinggi sekali. Semua analisis statistik dengan berdasarkan rumus diatas, peneliti menggunakan bantuan program *SPSS for Windows Release 16.0*.

### G. Metode Analisis Data

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena bertujuan untuk melihat jawaban dari setiap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja digunakan rumus F % sebagai berikut :

$$\text{persentase (\%)} = \frac{\text{jumlah jawaban setiap skala}}{\text{total jawaban setiap skor}} \times 100\%$$

Selanjutnya setelah diketahui persentase setiap faktor dilakukan perhitungan frekuensi untuk melihat jumlah untuk setiap faktor dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Frekuensi} = \frac{\text{presentase}}{100} \times N$$

Pada faktor kelas sosial memiliki bobot sumbangan efektif sebesar 76,9 %. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Engell dkk (1994) bahwa kelas sosial yaitu pembagian didalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Mereka dibedakan oleh perbedaan status sosial ekonomi yang berjajar dari yang rendah hingga yang tinggi. Status sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, di mana dari penyebaran skala dinyatakan bahwa terdapat 8 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja di desa Pulau Halang Muka yang dijadikan subjek penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 13,7 % atau 16 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 75,2 % atau 88 orang memiliki perilaku konsumtif sedang, sementara 11,1% atau 13 orang menyatakan bahwa faktor budaya tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.

2. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 7,7 % atau 9 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 69,2 % atau 81 orang memiliki perilaku konsumtif sedang, sementara 23,1 % atau 27 orang menyatakan bahwa faktor kelas sosial tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.
3. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 21,4 % atau 25 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 64,1 % memiliki perilaku konsumtif sedang, sementara 14,5 % atau 17 orang menyatakan bahwa faktor pengaruh pribadi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja.
4. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 15,4 % atau 18 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 73,5 % atau 86 orang memiliki perilaku konsumtif sedang, 11,1 % atau 13 orang menyatakan bahwa faktor keluarga tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja
5. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 15,4 % atau 18 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 64,1 % memiliki perilaku konsumtif sedang, sementara 20,5 % atau 24 orang menyatakan bahwa faktor pengaruh situasi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja
6. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 88,9 % atau 104 orang memiliki perilaku konsumtif sedang, sementara 11,1 % atau 13 orang menyatakan bahwa faktor sikap tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja

7. Dari 117 orang yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, 24,8 % atau 29 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 59,8 % atau 70 orang memiliki perilaku konsumtif sedang, sementara 15,5 % atau 18 orang menyatakan bahwa faktor pengolahan informasi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja

## B. Saran

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

### 1. Remaja

Berdasarkan pembahasan diatas, terlihat bahwa dari kedelapan faktor tersebut sangat mempengaruhi faktor perilaku konsumtif pada remaja. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dari penelitian ini, menjadi pedoman bagi remaja agar dapat mengontrol keinginan dengan kebutuhan agar tidak terjadinya perilaku konsumtif.

### 2. Orangtua

Kepada pihak keluarga terutama orangtua remaja agar dapat mengajar serta memberikan contoh kepada remaja untuk mengutamakan membeli produk yang benar-benar dibutuhkan terlebih dahulu.

### 3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih sangat terbatas dari segi variabel yang diukur maupun jumlah sampel, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas pengetahuan tentang faktor-faktor perilaku konsumtif terutama perilaku konsumtif pada remaja, dan pada aspek perilaku konsumtif seseorang sehingga dapat menunjukkan keabsahan dan kejegan peneliti.



### DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, Elis. 2010. Perilaku konsumtif pada remaja. <http://shareppbs.wordpress.com/2010/01/18/perilaku-konsumtif-pada-remaja/>. Tanggal akses 12 februari 2015 pada pukul 00:35 WIB.
- Albarry. 1994. Kamus Modern Bahasa Indonesia. Yogyakarta : Arloks
- Arikunto. 1998. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Bina Aksara
- Arikunto. 2002. Prosedur Suatu Penelitian Pendekatan Praktis. PT. Rineka Cipta
- Azwar, S. 2006. Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta : Pusaka Belajar
- Azwar, S. 1992. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Sigma Alpha
- Engel, J, F. 1994. Perilaku konsumen, edisi enam, jilid 1. (terjemahan : Fx, Budiyananti). Jakarta : Bina Aksara.
- Fathni, Annisa. 2011. Hubungan Antara Sikap Hidup Modern dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Negeri 1 Medan. Skripsi (Tidak diterbitkan). Universitas Medan Area.
- Hadi, S. 1998. *Metode Research*, Jilid II. Jakarta : Pustaka Belajar
- Hadi, S. 2004. Statistik Jilid 2. Yogyakarta : Andi
- Hurlock, E, B. 1997. Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga.
- Morena, C. 2009. Hubungan Antara Konformitas dengan Kreativitas pada Remaja di SMA Methodist 8 Medan. Skripsi (Tidak diterbitkan). Universitas Medan Area.
- Pakpahan, N. 2008. Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa yang Kost dengan yang Tidak Kost pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Medan. Skripsi (Tidak diterbitkan). Universitas Medan Area.
- Sarwono, S, W. 2011. Psikologi Remaja, Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Pers.

S, Hotpascaman, 2010. Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan *Body Image* pada Remaja Puteri. Jurnal Psikologi. Universitas Sumatera Utara.

Sari, T. 2009. Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Puteri. Jurnal Psikologi. Universitas Sumatera Utara.

Nisfiannoor, M. 2009. Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.

Sugiyono. 2008. *Statistika untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung : Alfabeta

Tambunan R. 2010. Remaja dan Perilaku Konsumtif  
<http://www.asmakmalaikat.com/go/artikel/psikologi/psi3.html>.  
akses [ 13 februari 2015 pada pukul 23: 27 WIB. Tanggal

