

**HUBUNGAN KONFORMITAS DAN KEPERIBADIAN
NARSISTIK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA
SISWI KELAS X SMA NEGERI I SUNGGAL**

TESIS

OLEH:

**SRI SYAHFITRI HANDAYANI
NPM. 171804084**



**PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER PSIKOLOGI**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **Hubungan Konformitas Dan Kepribadian Narsistik
Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Kelas X
SMA Negeri I Sunggal**

Nama : **Sri Syahfitri Handayani**

NPM : **171804084**

MENYETUJUI

Pembimbing I

Prof. Dr. Lahmuddin Lubis, M.Ed

Pembimbing II

Dr. Nur'aini, S.Psi, MS

**Ketua Program Studi
Magister Psikologi**

Direktur

Prof. Dr. Sri Milfayetti, MS.Kons

Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K.MS

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Medan,

Sri Syahfitri Handayani
NPM. 171804084

ABSTRAK

Sri Syahfitri Handayani.NPM. 171804084. Hubungan Konformitas dan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif pada Siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konformitas dan kepribadian narsistik pada perilaku konsumtif yang terjadi pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal sebanyak 270 siswi dengan menggunakan tehnik screening maka didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 112 siswi. Subyek dalam penelitian ini adalah siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal.

Dari hasil uji hipotesis data menunjukkan bahwa, (1) Konformitas berkontribusi dengan nilai R sebesar 0,859 (85,9%) dan p-value <0,000. Hasil R square sebesar 0,738 (73,8%) yang artinya konformitas memberikan kontribusi sebesar 73,8% dalam mempengaruhi perilaku konsumtif dan sekitar 26,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian Hipotesis pertama dapat diterima. (2) Begitu juga variabel kepribadian narsistik berkontribusi dengan nilai R sebesar 0,819 (81,9%) dan p-value <0,000. Hasil R-square sebesar 0,672 (67,2%) yang artinya kepribadian narsistik memberikan kontribusi sebesar 67,2% dan 32,8% dipengaruhi faktor lain. Dengan Demikian hipotesis kedua juga diterima.(3) Konformitas dan kepribadian narsistik memberikan sumbangan secara bersamaan dengan nilai R sebesar 0,869 (86,9%) dan p-value <0,000. Hasil R-square yaitu 0,755 (75,5%). Yang Artinya konformitas dan kepribadian narsistik memberikan sumbangan kontribusi sebesar 75,5% pada perilaku konsumtif dan sekitar 24,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari Hasil uji hipotesis tersebut maka hipotesis ketiga dapat diterima. Dengan demikian, maka hipotesis kesatu, kedua dan ketiga dapat diterima.

Kata Kunci : Konformitas, Kepribadian Narsistik, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Sri Syahfitri Handayani NMP 171804084. The Relationship of Narcissistic Conformity and Personality with Consumptive Behavior in Grade X Students of SMA Negeri I Sunggal

This study aims to determine the relationship of narcissistic conformity and personality on consumptive behavior that occur in class X students of SMA Negeri I Sunggal. This type of research is quantitative research. The population in this study were 270 class X students of Sunggal I Senior High School as many as 270 students using screening techniques so the number of samples in this study was 112 students. The subjects in this study were class X students of Sunggal I Public High School.

From the results of the hypothesis test the data shows that, (1) Conformity contributes with an R value of 0.859 (85.9%) and p-value $<0,000$. R square results of 0.738 (73.8%) which means that conformity contributes 73.8% in influencing consumptive behavior and around 26.2% is influenced by other factors. Thus the first hypothesis can be accepted. (2) Likewise narcissistic personality variables contribute with an R value of 0.819 (81.9%) and p-value $<0,000$. R-square results of 0.672 (67.2%) which means narcissistic personality contributes 67.2% and 32.8% is influenced by other factors. Thus the second hypothesis is also accepted (3) Narcissistic conformity and personality contribute simultaneously with an R value of 0.869 (86.9%) and p-value $<0,000$. The R-square results are 0.755 (75.5%). Which means that narcissistic conformity and personality contribute 75.5% to consumptive behavior and around 24.5% is influenced by other factors. From the results of the hypothesis test, the third hypothesis can be accepted. Thus, the first, second and third hypotheses can be accepted.

Keywords: Conformity, Narcissistic Personality, Consumptive Behavior

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kerangka Teori	11
2.1.1. Perilaku Konsumtif	11
2.1.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif	11
2.1.1.2. Karakteristik Perilaku Konsumtif	12
2.1.1.3. Aspek Perilaku Konsumtif	14
2.1.1.4. Faktor – faktor Perilaku Konsumtif	15
2.1.2. Konformitas	16
2.1.2.1. Pengertian Konformitas	16
2.1.2.2. Aspek – Aspek Konformitas	17
2.1.2.3. Faktor – Faktor Konformitas	18
2.1.3. Kepribadian Narsistik	22
2.1.3.1. Definisi Kepribadian narsistik	22
2.1.3.2. Aspek – Aspek Kepribadian Narsistik	25
2.1.3.3. Faktor – faktor Kepribadian Narsistik	26
2.2. Kerangka Konsep	28

2.2.1. Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif	28
2.2.2. Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif	30
2.2.3. Hubungan Konformitas dan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif	33
2.3. Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN 37

3.1. Desain Penelitian	37
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2.1 Tempat Penelitian	37
3.2.2 Waktu Penelitian	38
3.3. Identifikasi Variabel	38
3.4. Definisi Operasional	39
3.4.1. Variabel Terikat	39
3.4.2. Variabel Bebas	40
3.5. Populasi dan Sampel	41
3.5.1. Populasi	41
3.5.2. Sampel Penelitian	41
3.6 Tehnik Pengambilan Sampel	42
3.7. Metode Pengumpulan Data	42
3.7.1. Skala Perilaku Konsumtif	43
3.7.2. Skala Konformitas	44
3.7.3. Skala Kepribadian Narsistik	46
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.8.1. Uji Validitas	47
3.8.2. Uji Reliabilitas	50
3.9. Prosedur Penelitian	51
3.10. Tehnik Analisis Data	52
3.10.1. Uji Normalitas	53
3.10.2 Uji Linieritas	54
3.10.3 Analisis Regresi Berganda	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 56

4.1. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian	56
4.1.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian	56
4.1.2. Visi SMA Negeri I Sunggal	57
4.1.3. Misi SMA Negeri I Sunggal	57
4.1.4. Struktur Organisasi	58
4.1.5 Kurikulum	61
4.1.6. Sarana dan Prasarana	61
4.1.7. Ekstrakurikuler	62
4.1.8. Persiapan Penelitian	62
4.1.8.1. Persiapan Administrasi	62
4.1.8.2. Persiapan Alat Ukur	62
4.2. HASIL PENELITIAN	64

4. UNIVERSITAS MEDAN AREA

4.2.1. Hasil Uji Validitas	64
4.2.1.1. Skala Perilaku Konsumtif	64
4.2.1.2. Skala Konformitas	66
4.2.1.3. Skala Kepribadian Narsistik	67
4.3. Analisis Data dan Hasil Penelitian	69
4.3.1. Uji Asumsi Penelitian	69
4.3.1.1. Uji Normalitas	69
4.3.1.2. Uji Linieritas	70
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	71
4.3.3. Hasil Uji Deskriptif	72
4.3.3.1. Skala Perilaku Konsumtif	73
4.3.3.2. Skala konformitas	73
4.3.3.3. Skala Kepribadian Narsistik	74
4.3.4. Hasil Distribusi Frekuensi Data	74
4.3.4.1. Distribusi Frekuensi Data Perilaku Konsumtif	75
4.3.4.2. Distribusi Frekuensi Data Konformitas	75
4.3.4.3. Distribusi Frekuensi Data Kepribadian Narsistik	76
4.3.5. Hasil Uji Hipotesis	76
4.3.6. Analisis Regresi Ganda	79
4.4. Pembahasan	81
4.4.1. Hubungan konformitas dengan Perilaku Konsumtif	81
4.4.2. Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Knsumtif	83
4.4.3. Hubungan Konformitas dan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal diperkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja di kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Anggasari (dalam Sumartono,2002) konsumtif adalah tindakan membeli barang - barang yang kurang atau tidak dibutuhkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Menurut Rosandi (dalam Yuniarti, 2015: 35), Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, tetapi karena keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Sedangkan menurut Lubis (dalam Fardani dan Izzati, 2013:1) mengatakan bahwa, perilaku konsumtif adalah pembelian karena mengikuti dorongan keinginan untuk memiliki dan bukan didasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini terjadi pada remaja, baik remaja putra maupun remaja putri. Akan tetapi, remaja putri cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan remaja putra.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada ibu SW, yaitu salah satu guru di SMA Negeri 1 Sunggal menyatakan bahwa 60% siswa gemar berbelanja baik secara langsung maupun secara *online*. Setiap bulan pihak sekolah menerima kiriman dari jasa pengiriman barang yang ditujukan kepada siswa yang ada di Sunggal. Ibu SW juga menambahkan, banyak diantara siswa

yang menggunakan barang – barang mahal seperti *Handphone* merek I-phone, Samsung dan lain sebagainya. Bahkan mereka tidak hanya memiliki satu tetapi dua *Handphone* sekaligus dan mereka juga lebih sering berbelanja barang – barang fashion yang bermerek seperti baju, tas, sepatu dan lain sebagainya. Menurut beliau, perilaku negatif ini tentu saja mengkhawatirkan jika terus menerus dilakukan oleh para siswa karena akan berpengaruh pada

Wawancara juga dilakukan peneliti pada beberapa siswi SMA Negeri I Sunggal. Mereka mengatakan kalau hari libur ataupun terkadang setelah pulang sekolah, mereka sering nongkrong di mall ataupun dikafe dengan alasan ingin melihat atau membeli produk-produk baru yang ada di *mall* tersebut seperti tas, baju, sepatu dan lain sebagainya atau sekedar nongkrong bersama teman-temannya. Mereka juga mengatakan, suka nongkrong dikafe yang ada wifi gratis dan bisa mencari barang – barang yang di inginkan di situs belanja online.

Penelitian serupa juga dilakukan di SMA Negeri 3 Semarang dimana 7 dari 10 siswa melakukan kegiatan konsumtif. Pada penelitian ini siswa perempuan memiliki perilaku konsumtif produk fashion bermerek yang lebih tinggi dibandingkan siswa laki-laki. Wanita lebih berminat untuk berbelanja karena dunia mode, mementingkan status sosial dari lingkungan (Fransisca dan Suyasa: 2005). Rombe (2014) juga menyatakan bahwa remaja putri yang tidak puas terhadap bentuk tubuhnya akan cenderung memunculkan perilaku konsumtif yang tinggi.

Hal ini juga terkait dengan hasil penelitian Andi Tenriawaru dkk (2002)

yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja disebabkan oleh faktor

internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu motivasi, harga diri, proses belajar, konsep diri, hasil observasi, dan kepribadian. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, kelompok sosial, dan kelompok referensi.

Menurut Zebua dan Nurdjayati (dalam Sholihah & Kuswardani:2011) kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologi tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya. Konformitas adalah perilaku yang mengikuti suatu kelompok yang didorong oleh keinginan individu itu sendiri, dimana kelompok tersebut memiliki suatu hak yang spesial untuk mengarahkan tingkah laku individu tersebut (Milgran,1975).

Hasil penelitian Camerana (2013), konformitas dibagi menjadi dua bentuk, yaitu positif dan negatif. Konformitas yang positif contohnya adalah seperti aktif berpendapat dalam kelompok baru, sedangkan konformitas yang negatif adalah seperti ikut membolos, ataupun melanggar norma hukum.

Menurut Tambunan (2001:1). Remaja lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam hal berperilaku. Remaja memilih dan membeli sesuatu tanpa memikirkan manfaatnya artinya remaja kurang selektif dalam memilih mana kebutuhan yang pokok dan mana kebutuhan yang memang penting. Remaja membuat pertimbangan untuk membeli suatu produk menitik beratkan pada status sosial, mode dan kemudahan daripada pertimbangan ekonomis.

Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti teman, mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Bagi kebanyakan remaja, menganut gaya hidup seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka (Santrock, 2003).

Menurut Kiesler dan Kiesler (dalam Rakhmat, 2000) konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Kotler (dalam Suprapti, 2010) mengatakan bahwa kelompok akan mempengaruhi tiga hal dalam diri seseorang yaitu menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya hidup, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi, serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merek suatu produk. Sedangkan menurut Berk (1993), Konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja. Zebua dan Nurdjayadi (2001) menambahkan bahwa konformitas berarti tunduk pada kelompok meskipun tidak ada permintaan langsung untuk mengikuti apa yang telah diperbuat oleh kelompok. Konformitas banyak dilakukan remaja putri dibanding dengan remaja putra. Penelitian Rice (dalam Zebua dan Nurdjayadi, 2001) menemukan bahwa remaja putri lebih cenderung mengikuti kelompoknya dibandingkan dengan

remaja putra. Hal ini disebabkan karena besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi, mencapai tujuan, dan penerimaan sosial.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah tendensi seseorang untuk mengubah keyakinannya agar perilakunya sama dengan orang lain atau dengan kelompoknya dan remaja putri lebih konformitas daripada remaja putra. Konformitas juga sangat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang.

Kepribadian adalah keseluruhan sikap, ekspresi, perasaan, temperamen, ciri khas dan juga perilaku seseorang. Sikap, perasaan, ekspresi & temperamen tersebut akan terwujud dalam tindakan seseorang kalau di hadapkan kepada situasi tertentu. Kepribadian manusia memiliki berbagai macam tipe, salah satunya tipe kepribadian narsistik. Menurut (Apsari, 2012) narsistik merupakan suatu pertahanan diri yang bertujuan untuk melindungi dan menghargai diri dengan memusatkan perhatian kepada diri sendiri. Individu dengan kepribadian narsistik akan melakukan sesuatu yang berlebih dari orang lain demi mendapat ketakjuban dari orang lain yang melihatnya dari penampilan fisik atau hal-hal yang dilakukannya, serta terobsesi untuk menunjukkan kehebatan dan pesona diri dengan melakukan hal yang unik dibandingkan orang lain

Menurut Suhartanti (2016) Pada masa remaja kepribadian sudah dapat terbentuk karena pembentukan kepribadian berlangsung seumur hidup. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bardeinstein (2009) menyebutkan bahwa anak-anak dengan kepribadian narsistik meyakini bahwa dirinya sudah menjadi iri jika orang lain menjadi sukses. Anak-anak

yang narsistik membutuhkan kekaguman dan rasa keunikan dari orang lain. Maka dari itu pada masa remaja kepribadian narsistik ini sudah dapat terbentuk. Kartono menyebutkan bahwa kepribadian narsistik dapat mengarahkan tingkah laku aktif terhadap lingkungan (Apsari, 2012).

Selain itu karena masa remaja yang dikatakan sebagai masa transisi dan mulai memperhatikan penampilan dengan diri mereka secara berlebihan (Widiyanti:2017). Mereka sangat menyukai hal-hal yang dianggap baru sehingga menjadikan dirinya seperti idola mereka. Pada umumnya remaja akan memperhatikan penampilannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock yang berpendapat bahwa penampilan bagi remaja sangat penting, yaitu sebagai daya tarik fisik, usaha mencari dukungan sosial, dan popularitas. Sebagai usaha untuk mendukung penampilan, biasanya para remaja suka berbelanja, seperti pakaian dan aksesoris. Meningkatnya hasrat konsumtif dan daya beli menyebabkan seorang remaja lebih mementingkan emosi dari pada rasio ketika berbelanja. Lina dan Rasyid dalam Wahyudi (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan.

Berdasarkan penelitian di SMA Negeri 6 Kota Kediri bahwa pada saat ini remaja ingin sekali mengikuti tren yang ada untuk menunjang penampilannya. Hal tersebut nampak dari perilaku yang suka membeli atau berbelanja di kalangan para remaja. Mereka ingin terlihat menarik dan selalu ingin dikagumi orang lain sehingga remaja rentan akan kepribadian narsistik. Seorang individu yang mengalami kepribadian narsistik akan membutuhkan pujian dan kekaguman

berhamburan dari orang lain, merasa diri paling penting.

enggan atau tidak bisa menerima sudut pandang dari orang lain, kurangnya empati, berbohong pada diri sendiri dan orang lain, terobsesi dengan fantasi ketenaran, kekuasaan, atau kecantikan.

Kepribadian narsistik juga mendorong seorang remaja untuk melakukan apa saja agar penampilan mereka menjadi pusat perhatian. Hal ini terlihat dari cara mereka mengekspresikan apa yang menjadi keinginannya seperti foto selfi dan memajang foto mereka di sosial media. Dengan mendapat banyak respon dari orang yang melihat foto mereka menjadi kepuasan tersendiri bagi remaja yang mengalami kepribadian narsistik. Bahkan banyak kita dengar berita di media massa, banyak remaja menjadi korban hanya demi mendapat foto dengan sudut pandang yang bagus dan akhirnya berujung malapetaka.

Berdasarkan penelitian di SMA Negeri I Sunggal khususnya dikelas X, banyak siswi yang mengalami kepribadian narsistik. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan beberapa siswi. Mereka mengatakan suka sekali selfie dan memajang foto mereka di sosial media. Semakin banyak "Like" yang didapat maka mereka akan semakin senang.

Dari beberapa masalah yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui hubungan konformitas dan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Beberapa siswi di kelas X SMA Negeri I Sunggal cenderung membeli barang – barang yang sebenarnya kurang mereka butuhkan dan berlebihan sehingga pada akhirnya terjadi pemborosan.
2. Beberapa siswi di kelas X SMA Negeri I Sunggal mudah terpengaruh teman sebaya dan kurang selektif dalam memilih mana kebutuhan yang pokok dan mana kebutuhan yang penting dan cenderung memaksakan diri untuk memenuhi tuntutan kelompok.
3. Beberapa siswi di kelas X SMA Negeri I Sunggal ingin terlihat menarik dan selalu ingin dikagumi orang lain sehingga mereka rentan memiliki kepribadian narsistik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal
2. Apakah ada hubungan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal
3. Apakah ada hubungan konformitas dan kepribadian narsistik dengan perilaku

KONVERSI KE AREA SMA Negeri I Sunggal.

© 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

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal
2. Untuk mengetahui hubungan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal
3. Untuk mengetahui hubungan konformitas dan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang psikologi khususnya bidang psikologi pendidikan, sosial dan perkembangan.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi khasanah keilmuan dibidang psikologi pendidikan, sosial dan perkembangan mengenai konformitas, kepribadian narsistik dan perilaku konsumtif siswi di sekolah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Sekolah

Sebagai bahan informasi dan masukan tentang perilaku konsumtif,

UNIVERSITAS MEDAN AREA kepribadian narsistik pada siswi kelas X SMA

Negeri I Sunggal, agar pihak sekolah dapat mengendalikan perilaku konsumtif siswa sehingga tidak menuju ke arah yang negatif.

b. Bagi Guru

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi guru untuk menghadapi siswa yang berperilaku konsumtif, konformitas, dan kepribadian narsistik

c. Bagi Siswa

Penelitian ini diharapkan mampu membuat siswa memahami dan dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif, konformitas, dan kepribadian narsistik khususnya pada siswa putri.

d. Bagi Orang Tua

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan dan pemikiran bagi orang tua agar dapat memahami anak yang berperilaku konsumtif, konformitas, dan kepribadian narsistik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Sebayang, Yusuf, dan Priyatama (2011) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang individu lakukan yaitu membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa yang dimana hal tersebut bukanlah prioritas kebutuhannya secara berlebihan dan tanpa pertimbangan yang rasional, dan dilakukan hanya untuk kepuasan fisik dan memuaskan hasrat kesenangan semata.

Widiastuti (2003) mengatakan kata konsumtif mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Sumartono (2002, dalam Hotpascaman, 2010) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan penggunaan suatu produk secara tidak tuntas, artinya produk yang sedang digunakan belum habis, individu menggunakan juga produk yang sejenis namun berbeda merek, atau membeli produk tersebut karena sedang digemari, atau membeli produk tersebut karena berhadiah.

Sabirin (2005, dalam Wardhani, 2009) mengungkapkan perilaku konsumtif ialah suatu kondisi dimana individu memiliki keinginan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan sepenuhnya.

Menurut Sembiring (2009, dalam Sebayang, Yusuf, dan Priyatama ,2011) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, lebih cenderung untuk mendahulukan keinginan daripada kebutuhannya, serta tidak ada skala prioritas, atau dapat dikatakan sebagai bentuk gaya hidup yang mewah.

James F. Engel (2002:8) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan – tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang – barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan – tindakan tersebut.

Menurut Sumartono (2002) 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) tetapi sudah kepada faktor keinginan (want).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka definisi dari perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang boros dan berlebihan, lebih cenderung mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas dan dilakukan hanya untuk kepuasan fisik dan memuaskan hasrat kesenangan semata.

2.1.1.2 Karakteristik Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), karakteristik perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

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

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.
4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol atau status. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.
8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

2.1.1.3. Aspek Perilaku Konsumtif

Lina dan Rosyid (1997) menyatakan terdapat beberapa aspek dari perilaku konsumtif yaitu:

1. *Impulsive buying* (Pembelian impulsif)

Suatu kondisi dimana individu membeli sesuatu (berbelanja) didasari oleh keinginan sesaat, dilakukan secara spontan, tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu.

2. *Wasteful buying* (Pemborosan) Suatu kondisi dimana individu membeli sesuatu (berbelanja) sehingga menghabiskan banyak dana tanpa menyadari adanya kebutuhan yang jelas.

3. *Non rational buying* (Mencari kesenangan)

Suatu kondisi dimana individu membeli sesuatu (berbelanja) hanya untuk mencari kesenangan dan kenyamanan semata.

2.1.1.4 Faktor – Faktor Perilaku Konsumtif

Rahardjo & Silalahi (2007, dalam Shohibullana, 2014) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

1. Iklan

Merupakan salah satu media yang digunakan dalam mempromosikan atau menawarkan suatu produk pada khalayak umum. Hal ini dilakukan untuk mempengaruhi masyarakat supaya membeli produk yang di iklankan tersebut.

2. Konformitas

Biasanya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Karena pada masa remaja, individu memiliki egosentrisme (memusatkan perhatian hanya pada dirinya sendiri) sehingga mereka akan berusaha berpenampilan menarik sesuai dengan trend yang mereka ikuti, sampai mereka dapat menjadi bagian dari kelompoknya.

3. Gaya hidup

Masuknya budaya barat menjadi pengaruh yang cukup kuat dalam penerapan gaya hidup individu. Dengan membeli atau menggunakan barang bermerek dari luar negeri dirasa dapat meningkatkan status sosial individu.

4. Kartu kredit

Merupakan salah satu kemudahan yang dapat dimiliki oleh individu dalam melakukan pembelian secara kredit. Maka hal ini membuat individu merasa nyaman dan tidak merasa takut tidak memiliki uang saat berbelanja.

Sumartono (2002, dalam Hotpascaman, 2010) memaparkan penyebab munculnya perilaku konsumtif sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Faktor internal seperti harga diri, motivasi, observasi, proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kemunculan perilaku konsumtif.

b. Faktor Eksternal

Keluarga, kelas sosial, kelompok sosial, serta kebudayaan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kemunculan perilaku konsumtif.

2.1.2. Konformitas

2.1.2.1 Pengertian Konformitas

Zebua dan Nurdjayadi (2001) menyatakan bahwa konformitas adalah satu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku - perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut. Morgan, King dan Robinson (dalam Nindyati dan Indria, 2007) menjelaskan konformitas berkaitan dengan kecenderungan individu untuk mengubah pandangan atau perilakunya, dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan tuntutan norma sosialnya.

Sedangkan menurut Chaplin (2004) konformitas adalah kecenderungan untuk memperbolehkan satu tingkah laku seseorang dikuasai oleh sikap dan pendapat yang sudah berlaku. Lebih lanjut Chaplin menjelaskan konformitas

sebagai ciri pembawaan kepribadian yang cenderung membiarkan sikap dan pendapat orang lain untuk menguasai hidupnya.

Menurut Cialdini & Goldstein (dalam Taylor, dkk, 2009), Konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Seseorang melakukan konformitas terhadap kelompok hanya karena perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat (Kartono dan Gulo,2000). Dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan:

1. Konformitas adalah perubahan perilaku akibat tekanan dari kelompok.
2. Konformitas adalah segala sesuatu yang dapat mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain.
3. Konformitas merupakan perilaku individu yang didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat.

2.1.2.2 Aspek – Aspek Konformitas

Taylor, dkk (2004) membagi aspek konformitas menjadi lima, yaitu:

1. Peniruan

Keinginan individu untuk sama dengan orang lain baik secara terbuka atau ada tekanan (nyata atau dibayangkan) menyebabkan konformitas.

2. Penyesuaian

Keinginan individu untuk dapat diterima orang lain menyebabkan individu bersikap konformitas terhadap orang lain. Individu biasanya melakukan penyesuaian pada norma yang ada pada kelompok.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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
Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

3. Kepercayaan

Semakin besar keyakinan individu pada informasi yang benar dari orang lain semakin meningkat ketepatan informasi yang memilih conform terhadap orang lain.

4. Kesepakatan

Sesuatu yang sudah menjadi keputusan bersama menjadikan kekuatan sosial yang mampu menimbulkan konformitas.

5. Ketaatan

Respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individuitas otoritas tertentu, sehingga otoritas dapat membuat orang menjadi conform terhadap hal – hal yang disampaikan.

2.1.2.3 Faktor- Faktor Konformitas

Menurut Sears (2004) menyebutkan ada empat faktor yang mempengaruhi konformitas, antara lain:

1. Rasa Takut terhadap Celaan Sosial

Alasan utama konformitas yang kedua adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Misai, salah satu alasan mengapa tidak mengenakan pakaian bergaya Hawai ke tempat ibadah adalah karena semua umat yang hadir akan melihat dengan rasa tidak senang.

2. Rasa Takut terhadap Penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai individu yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Setiap individu menduduki suatu

UNIVERSITAS MEDAN AREA

posisi dan individu menyadari bahwa posisi itu tidak tepat. Berarti individu telah menyimpang dalam pikirannya sendiri yang membuatnya merasa gelisah dan emosi terkadang menjadi tidak terkontrol. Individu cenderung melakukan suatu hal yang sesuai dengan nilai-nilai kelompok tersebut tanpa memikirkan akibatnya nanti.

3. Kekompakan Kelompok

Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui dan semakin menyakitkan bila mereka mencela.

4. Keterikatan pada Penilaian Bebas

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara terbuka dan bersungguh-sungguh terikat suatu penilaian bebas akan lebih enggan menyesuaikan diri terhadap penilaian kelompok yang berlawanan.

Menurut Baron dan Byrne, (2005), Ada empat faktor yang perlu diperhatikan yang dapat mempengaruhi konformitas yaitu :

- a. Kohesivitas
- b. Ukuran kelompok
- c. Ada-tidaknya dukungan sosial
- d. Perbedaan jenis kelamin

Rakhmat (2000) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi

konformitas terdiri dari dua faktor yaitu :

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
Access From repository.uma.ac.id 30/8/24

a. Faktor Situasional

1) Kejelasan Situasi

Semakin tidak jelas dan semakin tidak terstruktur suatu situasi, akan memperbesar kecenderungan untuk konform dengan kelompok.

2) Konteks Situasi

Terdapat situasi tertentu yang akan menghargai situasi konformis dan situasi kemandirian. Sesuai dengan teori behavioral, tentang rewards punishment, remaja yang mengetahui bahwa mereka akan disukai kelompoknya jika melakukan tindakan konformis, maka remaja tersebut akan cenderung melakukan konformitas tersebut pada masa mendatang.

3) Cara Penyampaian Penilaian

Bila seseorang harus menyampaikan responnya secara terbuka, maka akan cenderung melakukan konformitas daripada jika mengungkapkannya secara rahasia.

4) Karakteristik Sumber Pengaruh

Pada beberapa hal individu lebih menyukai untuk konform dengan anggota yang lebih sesuai dengan keadaannya sendiri.

5) Ukuran Kelompok

Sampai pada tingkat tertentu terdapat hubungan positif antara jumlah anggota dengan konformitas. Semakin besar kelompok, kemungkinan konformisnya akan semakin besar pula.

6) Tingkat Kesepakatan Kelompok

Kesepakatan pendapat merupakan suatu kekuatan sosial yang lebih mampu menimbulkan konformitas.

b. Faktor Personal

1) Usia

Pada umumnya, semakin tinggi usia seseorang, maka semakin berkurang kecenderungannya untuk konformitas

2) Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian Rice, remaja putri ternyata lebih konform daripada remaja putra, karena remaja putri mempunyai keinginan yang besar untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan, dan penerimaan sosial (Zebua dan Nurdjayadi. 2001).

3) Stabilitas Emosional

Seseorang yang emosinya kurang stabil lebih mudah mengikuti kelompok daripada orang yang emosinya stabil.

4) Otoritarianisme

Kepribadian otoriter berkorelasi positif dengan konformitas.

5) Kecerdasan

Semakin tinggi kecerdasan seseorang, semakin berkurang kecenderungan ke arah konformitas.

6) Motivasi

Semakin tinggi motivasi seseorang untuk berprestasi maka semakin kecil konformitas.

7) Harga Diri

Semakin tinggi kepercayaan diri seseorang semakin sulit dipengaruhi oleh tekanan kelompok.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas secara garis besar terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor situasional dan faktor personal. Faktor situasional meliputi kejelasan situasi, konteks situasi, cara menyampaikan penilaian, karakteristik sumber pengaruh, ukuran kelompok, dan tingkat kesepakatan kelompok. Faktor personal meliputi usia, jenis kelamin, stabilitas emosi, otoritarianisme, kecerdasan, motivasi, dan harga diri.

2.1.3. Kepribadian Narsistik

2.1.3.1 Definisi Kepribadian Narsistik

Kepribadian merupakan terjemahan dari bahasa inggris, yaitu *personality*. Kata *personality* sendiri berasal dari bahasa latin *persona*, yang berarti topeng yang digunakan oleh para aktor dalam suatu permainan atau pertunjukan. Topeng disini dimaksudkan adalah bagaimana individu menampilkan diri sehingga membentuk kesan mengenai diri yang diinginkan untuk dapat ditangkap oleh lingkungan sosial.

Kepribadian merupakan pola sifat atau karaktersitik tertentu yang relatif permanen dan memberikan baik konsistensi maupun individualitas terhadap perilaku seseorang (Feist & Feist, 2009: 4). Sifat merupakan faktor penyebab

adanya perbedaan antar individu dalam perilaku, konstistensi perilaku dari waktu ke waktu dan stabilitas perilaku dalam berbagai situasi.

Perilaku sendiri merupakan reaksi, tanggapan, dan balasan yang dilakukan oleh individu berupa perbuatan atau aktivitas yang nampak maupun tidak nampak (Chaplin, 2011: 53). Menurut Aliport (dalam Schultz & Schultz, 2005: 255), kepribadian didefinisikan sebagai organisasi yang dinamik dalam diri individu dan berhubungan dengan proses ragawi maupun psikologis individu yang tidak dapat dipisahkan yang menentukan penyesuaian diri individu secara unik terhadap lingkungan.

Menurut George Herbert Mead kepribadian ialah tingkah laku pada manusia yang berkembang melalui perkembangan diri. Perkembangan kepribadian dalam diri seseorang telah berlangsung seumur hidup, menurutnya manusia akan berkembang dengan secara bertahap melalui interaksi dengan anggota masyarakat.

Menurut Theodore M. Newcomb kepribadian ialah suatu kelompok sikap yang dimiliki seseorang sebagai latar belakang dari perilakunya. Hal ini berarti bahwa kepribadian itu bertujuan untuk menunjukkan kelompok dari tingkah-tingkah seorang individu untuk dapat berbuat, mengetahui, berfikir dan merasakan dengan secara khusus jika ia berhubungan dengan orang lain atau juga pada saat ia menghadapi suatu masalah/keadaan.

Pengertian narsistik itu sendiri menurut Kartono (Apsari, 2012) adalah sebuah rasa cinta yang ekstrim yang mengharapkan dirinya sendiri sebagai individu yang sangat penting, paling pandai, paling hebat, paling bagus dan lain

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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

Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

sebagainya dan kurang memperdulikan lingkungan diluar dirinya atau dapat dikatakan juga memiliki egois yang tinggi. Teori lain berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Maharani, dkk (dalam Suhartanti, 2016) menjelaskan bahwa kepribadian narsistik merupakan kepribadian yang menghayalkan keagungan dirinya kurang dapat berempati, sangat mendambakan untuk dihormati dan tidak dapat melihat berdasarkan sudut pandang orang lain.

Millon (dalam Wiramihardja, 2004) mengemukakan bahwa asal narsistik adalah evaluasi berlebihan yang tidak realistis (*unrealistic overvaluation*) mengenai nilai anak-anak oleh orang tua. Anak-anak tidak mampu untuk menggapai (*live up*) pada evaluasi - evaluasi orang tua mengenai dirinya, tetapi secara berkelanjutan bertindak seolah-olah merupakan orang yang superior.

Kesimpulan dari narsistik yang dikemukakan oleh Ames, Rose dan Anderson (2006) mengemukakan bahwa narsisme dianggap sebagai suatu hal yang penting dan kompleks dari ciri-ciri kepribadian dan proses tersebut dapat meningkatkan rasa besar atau kemegahan dalam dirinya dan kebutuhan untuk dikagumi.

Selain itu definisi lain dari narsistik menurut Bushman dan Baumeister (Blachnio, Przepiorka, dan Rudnicka, 2016) merupakan sifat dari kepribadian yang diwujudkan dalam obsesi dan kegilaan dalam suatu pencapaian ambisi, mencari kepuasan diri dan mencapai dominasi. Menurut Brown (Buffardi dan Campbell, 2008) narsisme berkaitan dengan meningkatkan pandangan diri seperti kecerdasan, kekuatan dan daya tarik fisik.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian narsistik merupakan kepribadian dimana seseorang melakukan perilaku yang menunjukkan bahwa dirinya memiliki hal-hal yang hebat dan berlebihan dalam mendeskripsikan dirinya serta kurang dapat menerima pandangan dan masukan dari orang lain.

2.1.3.2 Aspek-aspek Kepribadian Narsistik

Aspek – aspek kepribadian narsistik Menurut Raskin dan Terry (1988) terdapat enam aspek kepribadian narsistik, yaitu :

1. Authority Individu dengan kecenderungan kepribadian narsistik akan lebih terlihat mendominasi dapat terlihat sebagai perannya yang lebih senang memimpin atau yang lebih sering mengambil keputusan sendiri dibandingkan dengan orang lain
2. Self sufficiency Individu ini merasa dirinya memiliki kemampuan diri yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Aspek ini juga sejalan dengan ketegasan, kemandirian, kepercayaan diri dan kebutuhan untuk berprestasi.
3. Superiority Individu dengan kepribadian kecenderungan narsistik akan lebih memiliki perasaan bahwa dirinya yang paling baik, hebat dan sempurna.
4. Exhibitionism Lebih sering memperlihatkan penampilan fisiknya supaya mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap identitas dirinya. Contohnya seperti seseorang kerap melakukan foto selvi supaya dapat dilihat dan di sanjung oleh orang yang melihatnya.

5. Exploitativeness Dirinya akan menggunakan orang lain sebagai sarana untuk menaikkan harga dirinya. Seperti merendahkan orang lain untuk mendapatkan kekaguman dari orang lain.
6. Vanity Individu dengan kecenderungan narsistik kurang dapat menerima masukan atau sudut pandang dari orang lain terhadapnya atau dapat dikatakan bahwa dirinya memiliki sifat sombong, keras kepala atau angkuh. Dirinya akan lebih cenderung untuk memiilih sesuai dengan kemauan dirinya tanpa memperhatikan lingkungan di sekitarnya meskipun itu akan membuatnya mendapat pertentangan dari orang sekitarnya.

2.1.3.3 Faktor – Faktor Kepribadian Narsistik

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepribadian narsistik menurut Adi (2009) adalah:

1. Harga diri, merupakan gambaran sejauh mana individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kekuatan untuk mengontrol perilakunya, keberartian dan memiliki kompetensi untk mencapai cita-cita yang diharapkan.
2. Konsep diri, merupakan gambaran mental diri sendiri yang terdiri dari pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan dan penilaian terhadap diri sendiri.
3. Kesepian, sebuah kondisi perasaan sepiea tau sendiri, dimana individu menemui individu lain tidak sebagai dirinya melainkan sebagai bentukan dari tugas-tugas atau kewajiban dalam masyarakat saja. Baron & Byrne (2005)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

menyatakan bahwa kesepian muncul ketika terjadi kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan kenyataan dalam kehidupan interpersonal individu.

4. Cemburu atau iri hati, merupakan suatu keadaan ketakutan yang diliputi kemarahan. Perasaan ini muncul didasarkan perasaan tidak aman dan takut status posisi yang berarti akan digantikan oleh orang lain.

Lubis (dalam Apsari, 2002) penyebab narsistik yaitu faktor biologis, psikologis dan sosiologis.

- a. Faktor Biologis

Secara biologi gangguan narsistik lebih banyak dialami oleh individu yang orang tuanya penderita neurotik. Selain itu jenis kelamin, usia, fungsi hormonal dan struktur-struktur fisik lainnya ternyata berhubungan dengan narsistik.

- b. Faktor Psikologis

Narsistik terjadi karena tingkat aspirasi yang tidak realistis atau berkurangnya penerimaan terhadap diri sendiri.

- c. Faktor Sosiologis

Narsistik dialami oleh' semua orang dengan berbagai lapisan golongan terhadap perbedaan yang nyata antara kelompok budaya tertentu dan reaksi narsistik yang dialaminya.

2.2. KERANGKA KONSEP

2.2.1. Hubungan Konfermitas dengan Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), definisi konsep perilaku konsumtif amatiah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Sumartono (2002) menambahkan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja.

Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Adapun yang menjadi indikator perilaku konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi kebudayaan, keluarga, dan kelompok referensi. Dalam hal ini, bahwa remaja yang memiliki hubungan sosial dengan *peergroup*-nya atau kelompok teman sebaya, merupakan bentuk kelompok referensi (Dacey dan Kenny, 1997). Remaja yang berada di bawah tekanan

sebaya cenderung untuk konform (*conform*), untuk menilai, meyakini atau

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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

Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

bertindak sesuai dengan penilaian, keyakinan atau tindakan kelompok teman sebayanya (Santrock, 1998).

Menurut Asch (dalam Sarwono 1993) Perubahan perilaku seseorang dengan mengikuti tekanan-tekanan dari kelompok ini dikenal dengan istilah konformitas. Menurut Myers (2005). Konformitas adalah perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan dengan orang lain. Menurut Myers (2005) terdapat dua dasar pembentuk konformitas yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional.

Menurut Myers (2005) bahwa pengaruh normatif pada konformitas memiliki arti penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari anggota kelompoknya. Sedangkan pengaruh informasional yaitu tekanan yang terbentuk oleh adanya keinginan dari individu untuk memiliki pemikiran yang sama dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya daripada informasi milik pribadi, sehingga individu cenderung untuk konform dalam menyamakan pendapat atau sugesti. Myers (2005) juga mengatakan bahwa konformitas pada kelompok mampu membuat individu berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada di luar keinginan individu tersebut.

Menurut William (1985) Konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Pernyataan ini diperkuat oleh Roberston, Zielinski dan Ward (1987) bahwa konformitas dapat memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan

dalam melakukan perilaku konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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
Access From repository.uma.ac.id 30/8/24

Sejalan dengan itu Spangenberg, Sprott, Grohmann, and Smith (dalam Rusich, 2008), yang mengatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk, mengkonsumsi atau memakai produk tersebut, dikarenakan adanya pengaruh dari kelompok, maka disaat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk. Dari uraian yang dikemukakan sebelumnya dapat dilihat bila remaja semakin konform pada kelompok sosialnya dalam hal ini kelompok teman sebayanya, dapat mempengaruhi remaja juga untuk semakin konsumtif.

2.2.2. Hubungan Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif

Masa remaja merupakan masa peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa. Pada masa ini remaja senang mencoba hal-hal baru untuk menentukan jati dirinya. Pada umumnya remaja akan mulai memperhatikan penampilannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock (2002) yang mengatakan bahwa penampilan bagi remaja sangat penting, yaitu sebagai daya tarik fisik, usaha mencari dukungan sosial, dan popularitas. Sebagai usaha untuk mendukung penampilannya tersebut biasanya remaja suka berbelanja, seperti pakaian dan aksesoris.

Perilaku remaja yang suka berbelanja ini dijadikan acuan oleh para produsen untuk memasarkan produk-produknya. Alasannya karena pola konsumsi individu biasanya terbentuk ketika remaja, disamping itu karakteristik remaja yang mudah terpengaruh iklan, teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uang (Tambunan, 2001). Selain itu, (Tinarbuko, 2006) mengatakan bahwa remaja pada umumnya belum dapat menentukan prioritas kebutuhannya

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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

Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

sendiri sehingga dalam membuat keputusan membeli lebih mengandalkan emosi daripada rasio.

Tahap perkembangan pada remaja cenderung memiliki permasalahan dalam pergaulan, karena dalam masa pencarian identitas diri tersebut remaja berusaha melakukan hal-hal yang dapat menunjang penampilan supaya mendapat perhatian sehingga diterima oleh kelompok pergaulan tertentu (Sarwono, 2001). Hal ini dapat dilihat dari kebiasaan dan gaya hidup remaja dewasa ini yang cenderung mengarah pada gaya hidup mewah yang kemudian dapat menimbulkan pola hidup konsumtif (Lina dan Rosyid, 1997).

Karakter remaja yang suka mencoba hal-hal baru cenderung akan mengikuti mode-mode terbaru, hal ini diperkuat dengan banyaknya majalah-majalah remaja yang menampilkan produk-produk yang sedang trend, karenanya Loudon dan Bitta (dalam Lina dan Rosyid, 1997) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif. Perilaku membeli pada remaja yang berlebihan serta tidak sesuai dengan kebutuhan tersebut dapat digolongkan sebagai perilaku konsumtif.

Pendapat senada diungkapkan oleh Neufeldt (dalam Zebua dan Nurdjayadi, 2001), yang mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, serta secara psikologis mengakibatkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Perilaku konsumtif dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Engel, dkk (1994) menyebutkan beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku

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

konsumen, diantaranya, motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelompok sosial, kelompok referensi, keluarga, dan status sosial. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lina dan Rosyid (1997) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif pada umumnya dilakukan oleh remaja. Salah satu faktor yang diperkirakan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut adalah kepribadian. Dalam hal ini kepribadian yang kemungkinan besar mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian narsistik.

Fausiah dan Widury (2005) menggolongkan kepribadian narsistik sebagai gangguan kepribadian kelompok B, yakni gangguan kepribadian yang memiliki perasaan kuat bahwa individu tersebut merupakan seseorang yang penting dan merasa bahwa dirinya unik. Fausiah dan Widury menambahkan bahwa individu dengan kepribadian narsistik merasa dirinya spesial, ambisius, dan suka mencari ketenaran, sehingga sulit menerima kritik dari orang lain.

Maria dkk (2001) juga menyebutkan beberapa karakteristik kepribadian narsistik yaitu; rasa sensitif terhadap kritik atau kegagalan, kebutuhan yang besar untuk dikagumi, dan kurangnya empati. Remaja yang memiliki rasa bangga terhadap diri sendiri dapat dikatakan bahwa remaja itu memiliki kepribadian narsistik.

Kepribadian narsistik merupakan perasaan bangga terhadap diri sendiri dan selalu merasa lebih dari individu lain. Keadaan tersebut membuat individu yang berkepribadian narsistik selalu berusaha tampil lebih dari individu lain.

Hal ini mempengaruhi perilakunya dalam hal mengkonsumsi suatu barang. Biasanya remaja yang berkepribadian narsistik lebih tertarik dengan atribut-atribut yang dikenakan idolanya daripada melihat usaha idolanya untuk mencapai kesuksesan (Sabirin, 2005).

Ketertarikan remaja pada atribut yang dikenakan idolanya dapat dilihat dari perilaku membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, misalnya membeli pakaian, sepatu atau tas hanya karena sedang trend atau supaya menyerupai idolanya.

Perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan cenderung berlebihan dapat digolongkan pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut biasanya dimanfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan produknya yang ditujukan khusus untuk remaja. Iklan produk melalui berbagai media yang mudah didapatkan oleh remaja merupakan salah satu cara produsen dalam menarik perhatian remaja.

2.2.3. Hubungan Konformitas dan Kepribadian Narsistik dengan

Perilaku Konsumtif

Menurut Santrock dalam Santoso (2011) masa remaja merupakan masa yang sangat dinamis dalam tahapan kehidupan manusia yang ditandai berbagai percepatan bagi individu yang bersangkutan, baik dalam perkembangan fisik, kognitif, afektif, moral maupun sosialnya. Pada masa remaja terjadi perubahan besar pada kelompok primer mereka dengan semakin besarnya pengaruh teman sebaya terhadap kehidupan remaja yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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

Access From repository.uma.ac.id 30/8/24

berakibat pada makin banyaknya waktu dan kegiatan yang dipergunakan untuk melaksanakan kebutuhan sosial mereka (Rice & Dolgin dalam Santoso, 2011).

Mereka sangat menyukai hal - hal yang dianggap baru sehingga menjadikan dirinya seperti idola mereka. Pada umumnya remaja akan memperhatikan penampilannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock yang berpendapat bahwa penampilan bagi remaja sangat penting, yaitu sebagai daya tarik fisik, usaha mencari dukungan sosial, dan popularitas. Sebagai usaha untuk mendukung penampilan, biasanya para remaja suka berbelanja, seperti pakaian dan aksesoris. Meningkatnya hasrat konsumtif dan daya beli menyebabkan seorang remaja lebih mementingkan emosi dari pada rasio ketika berbelanja.

Lina dan Rasyid (dalam Wahyudi:2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Menurut Spangenberg, Sprott, Grohmann, and Smith (dalam Rusich, 2008), yang mengatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk, mengkonsumsi atau memakai produk tersebut, dikarenakan adanya pengaruh dari kelompok, maka disaat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk.

Berdasarkan pernyataan – pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa remaja putri memiliki kecenderungan berkepribadian narsistik dan konformitas daripada remaja putra dan menyebabkan remaja tersebut berperilaku konsumtif. Maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa konformitas dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

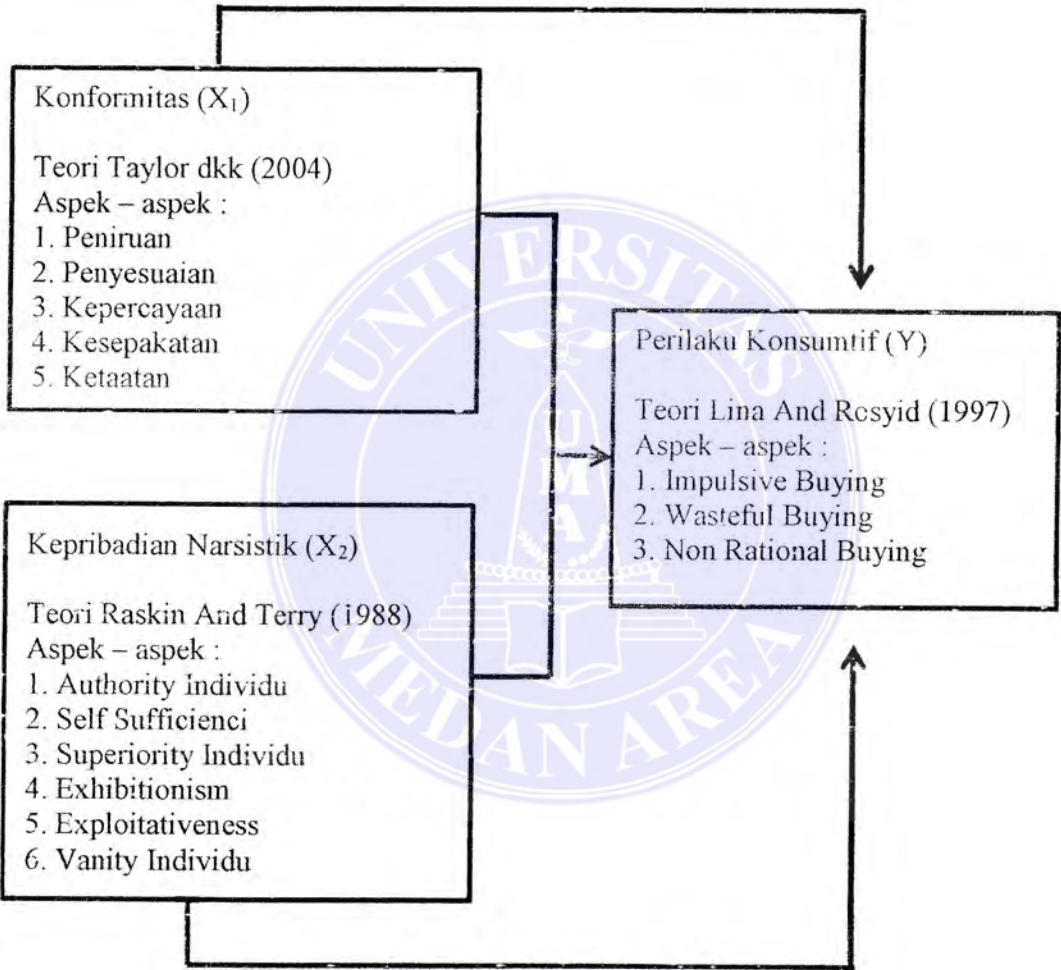
Document Accepted 30/8/24

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

Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

kepribadian narsistik sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja khususnya siswi Kelas X SMA Negeri I Sunggal. Adapun skema kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar dibawah



Gambar 2.1. Kerangka Konsep Penelitian

2.3. HIPOTESIS

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan asumsi semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya apabila semakin rendah konformitas, maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif.
2. Ada hubungan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan asumsi semakin tinggi kepribadian narsistik maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya apabila semakin rendah kepribadian narsistik, maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif
3. Ada hubungan konformitas dan kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan asumsi semakin tinggi konformitas dan kepribadian narsistik maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya apabila semakin rendah konformitas dan kepribadian narsistik maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya (Sugiyono,2012:80). Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel terikat yaitu perilaku konsumtif (Y) dengan variabel bebas yaitu konformitas (X1) dan kepribadian narsistik (X2) pada siswi kelas X SMA Negeri 1 Sunggal.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1.Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri I Sunggal, yang beralamat di Jalan Sei Mencirim - Sei Semayang Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Adapun alasan peneliti melakukan penelitian di sekolah ini karena 60% (162) siswi di kelas X SMA Negeri I Sunggal berperilaku

3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada semester ganjil Tahun Ajaran 2018/2019 selama 3 (bulan) bulan, yaitu buian Februari sampai dengan April 2019. Adapun tahapan dalam penelitian ini dimulai dari mengambil data lapangan, menganalisis hasil validitas dan reliabilitas alat ukur, melakukan pengumpulan data, Menganalisis data hasil penelitian, dan menyusun laporan tesis. Untuk skemanya dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1. Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2019											
		Februari			Maret				April				
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Mengambil data ke lapangan	■	■										
2	Analisis hasil validitas dan reliabilitas alat ukur			■	■								
3	Melakukan pengumpulan data					■	■						
4	Analisis data hasil penelitian							■	■	■			
5	Menyusun laporan tesis											■	■

3.3. Identifikasi Variabel

Variabel adalah sesuatu yang secara kuantitatif atau kualitatif bervariasi (Azwar,2005). Sedangkan menurut Sugiyono (2008) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat – sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari

dua variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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
 Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

1. Variabel bebas : a. Konformitas Siswa (X_1)
b. Kepribadian Narsistik Siswa (X_2)
2. Variabel terikat : Perilaku Konsumtif Siswa (Y)

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang data penelitian tersebut (Sugiyono, 2009). Sedangkan menurut Alimul Hidayat (2007) definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena (Alimul Hidayat, 2007). Berikut adalah definisi operasional dari variabel yang diteliti yaitu :

3.4.1. Variabel Terikat

Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli atau mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan atau pemborosan bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena keinginan semata tanpa berdasarkan skala prioritas dan tidak rasional. Adapun aspek yang digunakan dalam perilaku konsumtif ini yaitu: pembelian impulsif (impulsive buying), pemborosan (wasteful buying), pembelian tidak rasional (non rational buying).

3.4.2. Variabel Bebas

1. Konformitas (X1)

Konformitas adalah perubahan perilaku seseorang akibat tekanan dari kelompok yang dapat mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain atau kelompok tersebut. Tingkat konformitas seseorang dapat diperoleh dengan pengukuran menggunakan skala konformitas, yaitu aspek peniruan, aspek penyesuaian, aspek kepercayaan, aspek kesepakatan dan aspek ketaatan.

2. Kepribadian Narsistik

Kepribadian narsistik adalah kepribadian dimana seseorang melakukan perilaku yang menunjukkan bahwa dirinya memiliki hal – hal yang hebat dan berlebihan dalam mendeskripsikan dirinya, kurang dapat berempati, sangat mendambakan untuk dihormati, tidak dapat melihat berdasarkan sudut pandang orang lain serta kurang dapat menerima kritikan dan masukan dari orang lain. Aspek yang digunakan pada variabel ini yaitu: otoritas individu (authority individu), kemandirian (self sufficiency), keunggulan individual (superiority individu), eksibisionisme (exhibitionism), eksploitasi (exploitativeness), kesombongan individu (vanity individu)

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Menurut Hadi (2000) Populasi adalah keseluruhan individu yang diselidiki dan mempunyai minimal satu sifat yang sama atau ciri- ciri yang sama.

Dalam penelitian ini populasinya adalah siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal sebanyak 12 kelas yang berjumlah 112 siswi yang diperoleh dari hasil screening dari total keseluruhan siswi dikelas X SMA Negeri I Sunggal yang berjumlah 270 siswi.

3.5.2. Sampel Penelitian

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut Hadi (2000) sampel adalah sejumlah subjek yang merupakan bagian dari populasi yang mempunyai sifat yang sama. Sampel merupakan sebagian dari populasi (Latipun, 2008). Sampel dalam penelitian ini mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- a. Siswi SMA Negeri I Sunggal kelas X.
- b. Berusia 15 – 16 tahun
- c. Memiliki perilaku konsumtif yang tinggi berdasarkan pengukuran screening dengan menggunakan alat ukur skala perilaku konsumtif.

Penentuan sampel penelitian dilakukan dengan cara melakukan screening pada siswi yang berjumlah 270 orang yang berada dikelas X SMA Negeri I Sunggal. Screening menggunakan skala perilaku konsumtif. Screening dilakukan bertujuan untuk mengambil sampel penelitian. Sampel yang terpilih untuk

dijadikan sampel penelitian adalah siswi yang memperoleh kriteria skor skala

perilaku konsumtif dengan skor ≥ 90 . Dari hasil screening maka diperoleh sampel sebanyak 112 orang. Kemudian dari jumlah siswi secara keseluruhan diambil sampel uji coba secara acak sebanyak 30 (tigapuluh) siswi.

3.6. Tehnik Pengambilan Sampel

Menurut Margono (2004) Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah “total sampling”. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Sampel yang diambil berdasarkan hasil screening berjumlah 112 siswi. Adapun alasan peneliti menggunakan total sampling dalam penelitian ini karena peneliti ingin membuat generalisasi penelitian dengan kesalahan yang sangat kecil.

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Menurut sugiyono (2013: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala. Skala adalah perangkat pernyataan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui

responden (Azwar:2015)

Skala yang digunakan untuk menemukan data – data subjek (siswi) dalam penelitian ini adalah skala perilaku konsumtif, skala konformitas dan skala kepribadian narsistik.

3.7.1 Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif ini disusun berdasarkan aspek – aspek perilaku konsumtif berdasarkan pendapat Lina dan Rosyid (1997, dalam Wardhani, 2009) yaitu: Pembelian Impulsif (Impulsive Buying), Pemborosan (Wasteful buying), Mencari Kesenangan (Non rational buying)

Skala perilaku konsumtif ini disusun berpedoman pada skala *Likert* yang memiliki 4 alternatif jawaban, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala likert mempunyai 2 (dua) pernyataan *favorable* (pernyataan yang berisi tentang hal-hal yang positif dan mendukung objek sikap yang akan di ungkap), dan pernyataan *unfavorable* (pernyataan yang berisi tentang hal-hal negatif mengenai objek sikap, bersifat kontra terhadap objek sikap yang hendak diungkap) (Azwar, 2006).

Untuk pernyataan yang bersifat *favorable* diberi rentang skor atau nilai 4 sampai dengan 1, sedangkan pernyataan yang bersifat *unfavorable* diberi rentang skor atau nilai 1 sampai dengan 4. Uraian tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.2

Skor Skala Likert Perilaku Konsumtif

No	Jawaban	Fav	Jawaban	Unfav
1	Sangat Setuju (SS)	4	Sangat Setuju (SS)	1
2	Setuju (S)	3	Setuju (S)	2
3	Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4

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

Adapun kisi-kisi skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.3
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Total Aitem
			Fav	Unfav	
1	Pembelian Impulsif	Membeli tanpa rencana	20,25	1,26	4
		Membeli secara spontan	2	30	2
		Membeli tanpa fikir panjang	3	27,31	3
2	Pembelian boros atau berlebihan	Membeli barang yang sebenarnya sudah dimiliki	36	5,22	3
		Membeli barang secara tidak terkontrol	28	6,17,21	4
		Membeli barang yang kurang diperlukan	16,19	15,32,38	5
		Membeli untuk keinginan berfoya-foya	10,14	13,37,40	5
		Membeli barang dengan harga mahal	34	4	2
3	Pembelian tidak rasional (mencari kesenangan)	Membeli sebagai kebanggaan karena penampilan pribadi	7,11	8,12	4
		Membeli untuk pencapaian status sosial dan identitas diri	24, 35	9	3
		Membeli agar terhindar dari keadaan bahaya atau ancaman	23,39	33	3
Jumlah			18	22	40

3.7.2. Skala Konformitas

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur konformitas adalah skala konformitas yang dikemukakan oleh Taylor, dkk (2004) yaitu: Peniruan, Penyesuaian, Kepercayaan, Kesepakatan, Ketaatan.

Skala konformitas ini disusun berpedoman pada skala *Likert* yang memiliki 4 alternatif jawaban, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala likert mempunyai 2 (dua) pernyataan *favorable* (pernyataan yang

dan pernyataan *unfavorable* (pernyataan yang berisi tentang hal-hal yang negatif mengenai objek sikap, bersifat kontra terhadap objek sikap yang hendak diungkap) (Azwar, 2006).

Untuk pernyataan yang bersifat *favorable* diberi rentang skor atau nilai 4 sampai dengan 1, sedangkan pernyataan yang bersifat *unfavorable* diberi rentang skor atau nilai 1 sampai dengan 4. Uraian tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.4
Skor Skala Likert Konformitas

No	Jawaban	Fav	Jawaban	Unfav
1	Sangat Setuju (SS)	4	Sangat Setuju (SS)	1
2	Setuju (S)	3	Setuju (S)	2
3	Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4

Adapun kisi-kisi instrumen penelitian dari variabel konformitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Blue Print Skala Konformitas

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Total Aitem
			Fav	Unfav	
1	Peniruan	Menerima ajakan kelompok sebagai pedoman perilaku	1,25,35,	20,23,28, 40	7
2	Penyesuaian	Tidak percaya diri dengan kemampuan pribadi	2,17,21, 37	4,18,32, 36,39	9
3	Kepercayaan	Membenarkan kemampuan kelompok	3,15,24	12,22	5
		Menganggap kelompok lebih kompeten dari pada dirinya	14	5,13,33	4
4	Kesepakatan	Menyesuaikan diri dengan kelompok supaya tidak dikucilkan	6,9,11, 16,30	19,29,31	8
		Membuat perubahan keputusan karena takut terhadap celaan kelompok	34	8. 26	3

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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
 Access From repository.uma.ac.id)30/8/24

5	Ketaatan	Mengikuti peraturan kelompok untuk memenuhi harapan kelompok	7,38	10,27	4
Jumlah			19	21	40

3.7.3. Skala Kepribadian Narsistik

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kepribadian narsistik adalah skala ukur kepribadian narsistik yang dikemukakan oleh Raskin dan Terry (1988) yaitu : Kewenangan Individu (*Authority Individu*), Kemandirian (*Self sufficiency*), Keunggulan Individu (*Superiority Individu*), Eksibisionisme (*Exhibitionism*), Eksploitasi (*Exploitativeness*), Kesombongan individu (*Vanity Individu*).

Skala Kepribadian Narsistik ini disusun berpedoman pada skala *Likert* yang memiliki 4 alternatif jawaban, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Skala likert mempunyai 2 (dua) pernyataan *favorable* (pernyataan yang berisi tentang hal-hal positif dan mendukung objek sikap yang akan di ungkap), dan pernyataan *unfavorable* (pernyataan yang berisi tentang hal-hal negatif mengenai objek sikap, bersifat kontra terhadap objek sikap yang hendak diungkap) (Azwar, 2006).

Untuk pernyataan yang bersifat *favorable* diberi rentang skor atau nilai 4 sampai dengan 1, sedangkan pernyataan yang bersifat *unfavorable* diberi rentang skor atau nilai 1 sampai dengan 4. Uraian tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.6
Skor Skala Likert Kepribadian Narsistik

No	Jawaban	Fav	Jawaban	Unfav
1	Sangat Setuju (SS)	4	Sangat Setuju (SS)	1
2	Setuju (S)	3	Setuju (S)	2
3	Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4

Adapun kisi-kisi instrumen penelitian dari kepribadian narsistik adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7
Blue Print Skala Kepribadian Narsistik

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Total Aitem
			Fav	Unfav	
1	Authority Individu	Selalu mendominasi dan suka mengambil keputusan sendiri	7,23	8,24	4
2	Self Sufficiency	Memiliki kepercayaan diri yang tinggi	1,17, 15	16,18, 28	6
		Selalu berusaha menunjukkan dirinya didepan orang lain	3,13, 21	4,14, 22	6
3	Superiority Individu	Merasa dirinya paling baik, paling hebat, dan paling sempurna	5,11, 25	6,12, 26	6
4	Exhibitionism	Suka memuji diri sendiri, senang dipuji orang lain dan menonjolkan penampilan fisiknya	27,31 32,33	2, 34	6
5	Exploitativeness	Suka merendahkan orang lain, suka dirinya dihormati dan dikagumi orang lain	9,19	10,20	4
6	Vanity Individu	Tidak suka dikritik, sombong keras kepala dan angkuh	29, 35	30	3
Jumlah			19	16	35

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Sebelum dilakukan penelitian, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas

dan uji reliabilitas alat ukur masing – masing variabel. Menurut Arikunto

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

(2006:168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan dan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang dianggap valid jika instrumen tersebut mampu mengukur terhadap apa yang diinginkan atau sebenarnya diukur.

Sedangkan menurut Suryabrata (2005) suatu alat pengukur untuk suatu sifat misalnya, maka alat itu dikatakan valid jika yang diukurnya adalah memang sifat X tersebut dan bukan sifat – sifat yang lain. Teknik yang digunakan untuk mengetahui validitas alat ukur dalam hal ini menggunakan tehnik Korelasi Product Moment.

Dengan kriteria pengujian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,05$, dengan $r_{tabel} = 0,361$ maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS Versi 20 for windows*.

1. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengujicobakan instrumen kepada 30 (tigapuluh) siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan jumlah item 40 pernyataan. Tigapuluh siswi tersebut diambil secara acak dari 4 kelas. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam skala, yaitu untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir soal dalam skala perilaku konsumtif. Langkah pengujian validitas tersebut harus dibandingkan dengan r_{tabel} , dapat diketahui bahwa r_{table} untuk 30 responden dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ adalah 0,361. Hasil uji validitas variabel perilaku

konsumtif dari tiap item menggunakan rumus *product moment* dengan menggunakan *SPSS Versi 20 for windows*.

2. Uji Validitas Variabel Konformitas

Sama seperti uji validitas pada variabel perilaku konsumtif. Uji validitas yang dilakukan pada variabel konformitas ini adalah dengan mengujicobakan instrumen kepada 30 (tigapuluh) siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan jumlah item 40 pernyataan. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam skala, yaitu untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir soal dalam skala konformitas. Langkah pengujian validitas tersebut harus dibandingkan dengan r_{tabel} , dapat diketahui bahwa r_{tabel} untuk 30 responden dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,361. Hasil uji validitas variabel konformitas dari tiap item menggunakan rumus *product moment* dengan menggunakan *SPSS Versi 20 for windows*.

3. Uji Validitas Variabel Kepribadian Narsistik

Selanjutnya uji validitas variabel kepribadian narsistik. Sama seperti uji validitas yang sebelumnya, uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengujicobakan instrumen kepada 30 (tigapuluh) siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan jumlah item pernyataan 35. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam skala, yaitu untuk mengetahui valid atau tidaknya butir-butir soal dalam skala kepribadian narsistik.

Langkah pengujian validitas tersebut harus dibandingkan dengan r_{tabel} , dapat

diketahui bahwa r_{table} untuk 30 responden dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 0,361. Hasil uji validitas variabel kepribadian narsistik dari tiap item menggunakan rumus *product moment* dengan menggunakan *SPSS Versi 20 for windows*.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2005), reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Sedangkan menurut Arikunto (2010:178) reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena instrumen itu cukup baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama selama dalam diri subjek yang diukur belum berubah (Azwar,2005)

Pada penelitian ini reliabilitas tes menggunakan *SPSS Version 20.00 For Windows*. Keputusannya dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti reliabel dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak reliabel.

Menurut Johnson & Christensen (2012) reliabilitas dalam penelitian ini adalah apabila koefisien *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel. Atau dengan kata lain, instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan atau reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih.

3.9. Prosedur Penelitian

Prosedur pelaksanaan penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini meliputi : membuat rumusan masalah, menentukan variabel penelitian, membuat studi pustaka, menentukan dan menyusun serta menyiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian, menentukan lokasi penelitian dan waktu penelitian serta mengurus administrasi yang dilakukan dengan mengajukan surat izin penelitian dari Program Pascasarjana Universitas Medan Area.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini pelaksanaan penelitian direncanakan setelah disetujuinya seminar proposal tesis dan setelah itu penelitian baru dilaksanakan di Sekolah SMA Negeri I Sunggal Desa Sei Semayang Kec. Sunggal Kab. Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara

3. Tahap Pengolahan Data

Sebelum melakukan analisis data peneliti melakukan beberapa hal yang berkaitan dengan data yang telah diperoleh di lapangan, diantaranya: pemeriksaan kembali semua data yang telah dikumpulkan, memberikan skor terhadap subjek penelitian serta memberikan kode hasil ukur untuk memudahkan pengolahan data, validitas dan reliabilitas alat ukur.

4. Tahap Analisis data

Setelah melakukan pengolahan data, maka selanjutnya peneliti melakukan

UNIVERSITAS MEDAN AREA dilakukan dengan membuat tabulasi data hasil

penskoran dan melakukan pengujian analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS Versi 20.00 for windows*.

5. Tahap Pelaporan

Setelah dilakukan pengolahan data dan analisis data, maka tahap selanjutnya adalah memberikan laporan hasil penelitian untuk dapat diuji sebagai bahan ujian tesis.

3.10. Tehnik Analisis Data

Tehnik analisis data adalah cara untuk memudahkan atau menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dimengerti. Untuk menguji dan menganalisis data agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka data tersebut perlu diuji dan dianalisis secara sistematis.

Tehnik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah tehnik analisis regresi berganda, dengan alasan karena pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu konformitas dan kepribadian narsistik, serta satu variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Menurut Reksoatmodjo (2009:143) Selain untuk mengestimasi, analisis regresi juga mengukur tingkat ketergantungan variabel dependen terhadap variabel independen.

Analisis regresi linier berganda nantinya akan digunakan untuk mengetahui korelasi antara konformitas dan kepribadian narsistik terhadap perilaku konsumtif di SMA Negeri I Sunggal.

Data yang telah diperoleh nantinya akan dikumpulkan dan direduksi kemudian

disajikan menjadi media informasi yang selanjutnya menjadi bahan untuk

penarikan kesimpulan yang meliputi berbagai jenis keterangan, tabel, dan penghitungan dari seluruh perlakuan yang telah dilakukan. Agar mempermudah perhitungan, maka peneliti menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 20,0* dengan tahapan sebagai berikut, menurut Uyanto (dalam Nurtiani Manik:2009):

- a. Editing. Yaitu meneliti kembali data yang sudah diperoleh untuk kelengkapan, kejelasan dan kesesuaian jawaban responden
- b. Coding. Ini berguna untuk mengkasifikasikan semua jawaban responden menurut kriteria. Klasifikasi ini dilakukan dengan memberi tanda pada masing – masing jawaban dengan kode – kode tertentu agar dapat dikonversi dengan angka untuk diolah oleh komputer
- c. Tabulasi. Untuk menyusun data dalam bentuk tabel dengan cara menghitung jawaban yang sama.

3.10.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Model regresi yang baik adalah model yang datanya memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov – Smirnov dengan *SPSS for Windows Versi 20.00*. Residual berdistribusi normal, bila tingkat signifikansi $> 0,05$

3.10.2. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Pengujian ini dapat digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Menurut Sudjana (2003:331) Uji linieritas dimaksudkan untuk menguji linier tidaknya data yang dianalisis. Untuk uji linieritas menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan :

- F_{hitung} : Koefisien regresi
- RK_{reg} : Rerata kuadrat garis regresi
- RK_{res} : Rerata kuadrat residu

Kesimpulan :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ jika H_0 ditolak berarti persamaannya tidak linier
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ jika H_0 diterima berarti persamaannya linier

3.10.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variable terikat. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu disebabkan oleh dua atau lebih variabel yang lain. Dalam penelitian ini analisis regresi dilakukan untuk menentukan perubahan variabel perilaku konsumtif (Y) yang disebabkan oleh variabel konformitas (X_1), dan kepribadian narsistik (X_2). Analisis regresi linear berganda untuk dua variabel bebas

UNIVERSITAS MEDAN AREA
menggunakan persamaan berikut:

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
 Access From repository.uma.ac.id/30/8/24

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Perilaku Knsumtif
- a : Konstanta
- b₁, b₂ : Koefisien regresi
- X₁ : Variable Konformitas
- X₂ : Variabel Kepribadian Narsistik
- e : Error (variabel yang tidak diteliti)

Selanjutya untuk mengetahui seberapa kuat hubungan kedua variabel bebas dengan variabel terikat dihitung menggunakan korelasi berganda. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan hubungan variabel X₁, X₂ dengan Y dengan menggunakan *SPSS Version 20.00 for windows*. Adapun Interpretasi terhadap kuatnya hubungan korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.8. Interpretasi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2010: 250)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal hal ini dibuktikan dengan korelasi sebesar 0,738 dengan $p < 0,000$ artinya korelasi kuat. Konformitas memberikan kontribusi sebesar 73,8% dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal sedangkan 26,2% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu harga diri, motivasi diri dan lain sebagainya.
2. Ada hubungan positif dan signifikan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan korelasi sebesar 0,672 dengan $p < 0,000$ artinya korelasi kuat. Kepribadian narsistik memberikan kontribusi sebesar 67,2% dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal sedangkan 32,8% dipengaruhi faktor lain.
3. Ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas dan kepribadian narsistik terhadap perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal dengan korelasi sebesar 0,755 dengan $p < 0,000$ artinya korelasi kuat. Konformitas dan kepribadian narsistik memberikan kontribusi sebesar 75,5% dalam menjelaskan perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/8/24

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

Access From (repository.uma.ac.id)30/8/24

Sunggal sedangkan 24,5% dipengaruhi faktor lain yaitu harga diri, motivasi, observasi, proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Sekolah

Pihak Sekolah dapat menanamkan kemandirian sebagai upaya membentuk perilaku produktif. Hal tersebut bisa ditempuh dengan mengembangkan potensi aktual diri, minat, bakat, dan kreativitas. Keterampilan (skills) ini dapat menggugah siswa berpikir konstruktif dan produktif minimal berguna bagi dirinya sendiri. Pihak sekolah dapat memberi pemahaman agar siswa bersifat selektif, sehingga bisa membedakan mana kebutuhan urgen atau biasa, barang bermanfaat atau yang kurang bermanfaat.

2. Bagi Siswi

Dalam penelitian ini Perilaku konsumtif pada siswi kelas X SMA Negeri I Sunggal sangat tinggi, maka diharapkan para siswi untuk merubah pola gaya hidup konsumtif dengan cara sebagai berikut, menabung, membuat anggaran belanja sebelum uang dibelanjakan, Mengedepankan kebutuhan dari pada keinginan, Mengurangi shopping, tidak mudah terpengaruh ajakan teman, lebih cermat dan teliti dalam membeli barang.

3. Bagi Orang Tua

Orang tua diharapkan dapat menanamkan nilai-nilai kehidupan konsumen sebagai bekal untuk membangun karakter. Cara untuk menanamkan nilai-

nilai bisa bermacam - macam. Selain dengan menjelaskan dan mengajarkan, penanaman nilai-nilai kehidupan untuk pembentukan karakter juga harus dimulai dengan mencontohkan.

Diharapkan agar memperhatikan pola pengasuhan yang lebih baik agar remaja tidak terjerumus kepada perilaku konsumtif dan menanamkan nilai - nilai moral serta agama agar remaja dapat tumbuh dengan baik dan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan yang kurang baik.

Diharapkan orang tua dapat menanamkan pendidikan karakter menghargai uang agar anak dapat terhindar dari perilaku konsumtif dan belajar untuk berhemat serta menanamkan gaya hidup sederhana.

4. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti lain yang akan membuat penelitian tentang perilaku konsumtif hendaknya menambah atau meninjau dari faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti harga diri, motivasi, observasi, proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____ (2009). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto, S. (2007). *Prosedur penelitian, suatu pendekatan praktik*. Jakarta:Renika Cipta.
- Azwar, S. (2009). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha
- Baron, R. A & Bryne, D. 2005. *Psikologi Sosial Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- _____ 1991, *Social Psychology – Sixth Edition : Understanding Human Interaction*, United States Of America: Allyn and Bacon
- Cialdini,R.B & Goldstein,N.J, 2004, *Social Influence: Compliance And Conformity*, Annu Rev Psychology,
- Chaplin, J. P. 2004. *Kamus Lengkap Psikologi (penerjemah : Kartini, K)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Dacey,J & Kenny.M, (1997) *Human Development – Second Edition*, United State Of America: Times Mirror Higher Education Group Inc.
- Engel, J. F; Blackwell, R. D; Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Hadi, S. 2004. *Statistika*. Yogyakarta : Andi Pustaka Offset
- Hurlock, E. B. 2003. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (penerjemah : Wasana, J)*. Jakarta : Erlangga.
- Mappiera, A. (2002). *Psikologi remaja*. Surabaya: Usaha Nasional
- Monks, F. J; Knoers, A. M; Haditomo, S. R. 2004. *Psikologi Perkembangan : pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta : UGM Press.
- Myers,D.G. 2005. *Social Psychology, Fifth Edition*, USA: Mcgrow – Hill Companies.Inc
- Nindyati, A. D & Indria, K. 2007. *Kajian Konformitas dan Kreativitas Affective Remaja*. Jurnal Proviante. Vol.3, No.1, halaman 85-107

Priyatno, D. (2012). *Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Rakhmat, J. 2000. Psikologi Komunikasi. Bandung : CV Remaja Karya

Santrock, J.W. 2003. *Adolescence: Perkembangan Remaja* (penerjemah Adelar, S.B; Saragih, S.). Jakarta : Erlangga.

_____. 2006. *Adolescence perkembangan remaja*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.

Sabirin,E (2005) Kenapa Remaja Doyan Belanja. <http://www.e-psikologi.com>

Sarwono, J. 2006. Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS. Yogyakarta : Andi

_____. 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha ilmu

_____. 2001. Psikologi Remaja. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Santoso.A, 2010, *Statistik Untuk Psikologi*: Yogyakarta: Universitas Snta Dharma

Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan :Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung Alfabeta

Sugiyono, 2011, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta

Sears, O; Freedman, L; Peplau, A. 1991. Psikologi Sosial 2 (penerjemah : Ardyanto, M). Jakarta : Erlangga.

Sudjana. 2002. *Metoda Statistika*. Bandung : Tarsito.

Tambunan, R. 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif. <http://www.e-psikologi.com>.

Taylor,SE,Peptau,LA & Sears,D.O, 2000, *Social Psychology*, 10th edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc

Tinarbuko, S. 2006. Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogya. <https://www.kompas.com> Edisi 7 Februari 2006.

Yusuf, S. (2012). Psikologi perkembangan anak dan remaja. Bandung: Remaja Rosdakarya

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

- Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. 2001. Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Phronesis*, Volume 3, No 6. Hal 72-82
- Adi, P. S., & Yudiati, M. E. A. 2009. Harga diri dan kecenderungan narsisme ada Pengguna Friendster. *Jurnal Psikologi*, 3(1), 25-32.
- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. 2006. The NPI – 16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40,440-450.
- Astuti Wijayanti & Dewi Puri astute, 2017, Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif remaja di Kota Denpasar: *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol 4, No 1, Hal 41 – 49,
- Apsari, F. 2012. Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metro Seksual. *Talenta Psikologi*, 1(2), 183-202.
- Hanindya Sucita Putri & Endang Sri Indrawati, 2016, Hubungan Antara Konformitas terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa di SMA Semesta Semarang, *Jurnal Empati*, Vol 5, No 3, Hal 503 – 506
- Listiara Anita & Alizah Nur Putri, 2017, Hubungan Antara konformitas dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas melalui Online, *Jurnal Empati*, Vol 6, No. 1 Hal 332 – 337
- Lina & Rosyid, H.F. 1997. Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*. No 4, Tahun XI, halaman 5-13.
- Raskin, R., Terry, H. (1988). A Principal Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality an Social Psychology*. Vol. 54, No. 5, 890-902
- Surya, F. A. 1999. Perbedaan Tingkat Konformitas Ditinjau Dari Gaya Hidup Pada Remaja. *Jurnal Psikologika* No 7. Th III. Hal. 64-72.
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. *Jurnal Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. *Phronesis*, Vol.7, No.2, 172-198.
- Suminar.E & Meiyuntari.T. 2015, Konsep Diri, konformitas & Perilaku Konsumtif Pada Remaja, *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol 4, No 2, Hal 145 – 152
- Widiyanti, W., Solehuddin, M., & Saomah, A. (2017). Profil perilaku narsisme remaja serta implikasinya bagi bimbingan dan konseling. *Indonesian Journal Of Educational Counseling*

Widyastuti, F. (2017). Perbedaan tingkat kecenderungan narsistik pada siswa introvert dan ekstrovert di SMA PIRI 1 Yogyakarta. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*. 6(3), 273-283.

Yusi Ambarwati & Renni Merli Safitri, 2011, Hubungan Antara kepribadian Narsistik dengan perilaku Konsumtif Pada Remaja di Yogyakarta,ISSN:2087 – 1899, Vol 2, No 2

Wardhani, M. D. (2009). *Hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri*.

Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, (1), 89-99.

