

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI UNIVERSITAS
MEDAN AREA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar sarjana psikologi di
Universitas Medan Area.*

OLEH:

SASTI ANANTA

20.860.0153



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 7/10/24

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)7/10/24

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISI PSIKOLOGI UNIVERSITAS
MEDAN AREA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar sarjana psikologi di
Universitas Medan Area*



OLEH

SASTI ANANTA

20.860.153

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 7/10/24

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)7/10/24

HALAMAN PENGESAHAN

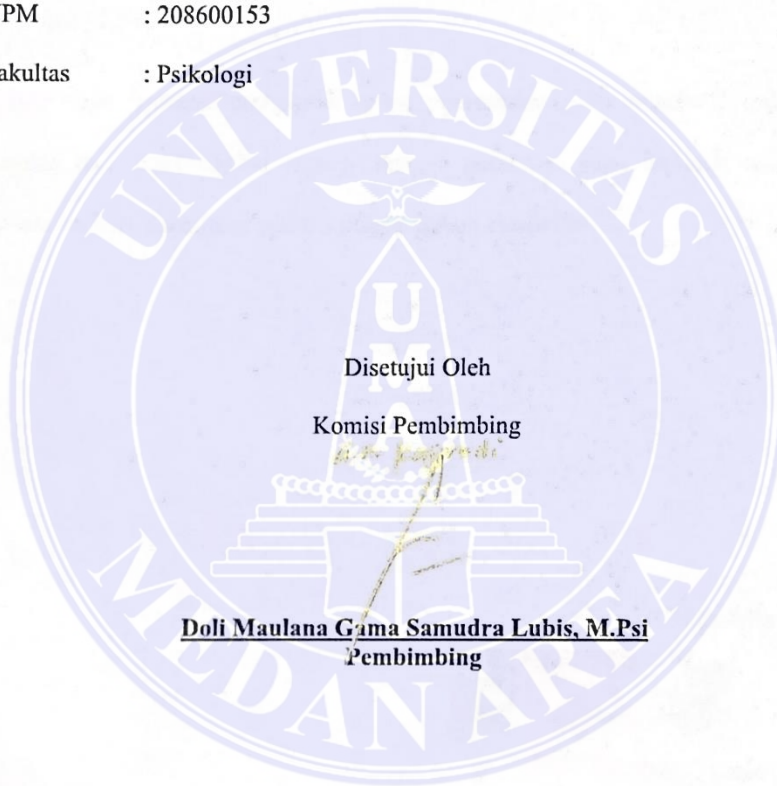
Judul Skripsi : Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada

Mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area

Nama : Sasti Ananta

NPM : 208600153

Fakultas : Psikologi




Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing

Doli Maulana Gama Samudra Lubis, M.Psi
Pembimbing



Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Dekan



Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Ka. Prodi

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Medan, 6 September 2024



METERAN
TEMPEL
73047ALX330588501

Sasti Ananta
208600153

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

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

Nama : Sasti Ananta
NPM : 208600153
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 6 September 2024

Yang menyatakan



Sasti Ananta
208600153

ABSTRAK

HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

OLEH:
SASTIANANTA
208600153

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi angkatan 2022 Universitas Medan Area. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 71 mahasiswi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data yang digunakan peneliti adalah korelasi *Product Moment* (r_{xy}) = 0,709 dengan signifikansi $P = <0,010$. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti diterima, yaitu terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Berdasarkan hasil perhitungan secara nilai rata-rata hipotetik dan empirik kepercayaan diri tergolong rendah, sebab dilihat dari perbandingan rata-rata empirik 63,94 yang berselisih melebihi bilangan SD (5,787) dengan rata-rata hipotetiknya (70). Kemudian perilaku konsumtif tergolong tinggi, sebab dilihat dari perbandingan rata-rata empirik 80,55 yang berselisih melebihi bilangan SD (6,152) dengan rata-rata hipotetiknya (70). Adapun sumbangan efektif dari kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 50,2% dan 49,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diungkap pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Kepercayaan Diri, Perilaku Konsumtif, Mahasiswi*

ABSTRACT

THE CORRELATION BETWEEN SELF-ESTEEM AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR AMONG PSYCHOLOGY STUDENTS AT UNIVERSITY OF MEDAN AREA

BY:
SASTI ANANTA
NPM: 208600153

This research aimed to determine and empirically test the correlation between self-esteem and consumptive behavior among psychology students from the 2022 cohort at University of Medan Area. The study employed a quantitative method. The sample consisted of 71 female students, selected using purposive sampling. The data analysis utilized the Product Moment correlation, yielding $r_{xy} = 0.709$ with significance $P = <0.010$. These results indicated that the hypothesis proposed by the researcher was accepted, showing a negative correlation between self-esteem and consumptive behavior among the students. Based on the results of the calculation of the hypothetical average value and empirical self confidence is classified as low, because it is seen from the comparison of empirical average of 63.94 which is at odds more than say SD (5.787) with the hypothetical average (70). Then consumptive behavior is high, because it can be seen from the comparison of the empirical mean of 80.55 which disputes exceeds said SD (6,152) with its hypothetical average (70). The effective contribution of self-esteem to consumptive behavior was found to be 50.2%, while 49.8% was affected by other factors not addressed in this study.

Keywords: *Self-Esteem, Consumptive Behavior, Female Students.*



RIWAYAT HIDUP PENELITI

Penulis bernama Sasti Ananta lahir di Kecamatan Togamba, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, Provinsi Sumatra Utara pada tanggal 25 Juli 2002. Putri ketiga dari Bapak Sopian dan Ibu Tugini. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dan memiliki dua kakak perempuan bernama Sriyani dan Sri Hartati.

Penulis memulai pendidikan formal di TK Nahdatul Islam pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan pendidikan di MI Nahdatul Islam Mandau pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Pertama di MTS Dinul Hasanah Bagan Sinembah pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 5 Bagan Sinembah dan lulus pada tahun 2020. Ditahun 2020 peneliti melanjutkan pendidikan ke Universitas Medan Area dan terdaftar sebagai Mahasiswa S1 dengan Program Studi Psikologi. Sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai salah satu mahasiswa program pendidikan S1 Psikologi Universitas Medan Area.

Atas izin dari Allah SWT serta usaha, perjuangan, kesabaran dan dukungan dari orang-orang terdekat menguatkan penulis untuk terus berjuang dan berusaha, Alhamdulillah penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif untuk dunia pendidikan.

KATA PENGANTAR

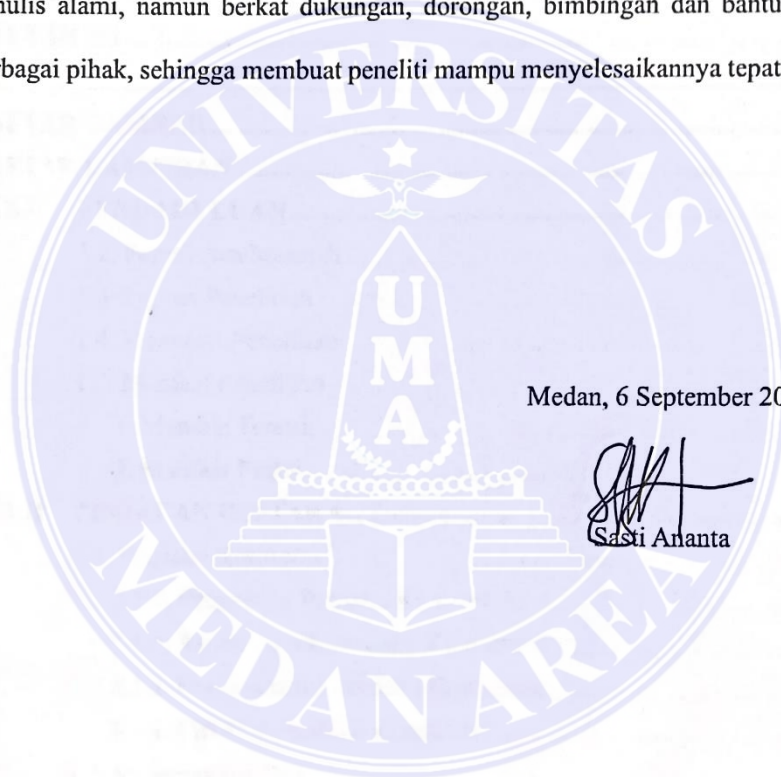
Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya karena telah memberikan kesempatan dan kesehatan sehingga skripsi ini berhasil untuk penulis selesaikan agar dapat Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Guna Memenuhi Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana dengan judul **“Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area”**.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Doli Maulana Gama Samudra Lubis M.Psi selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran serta masukan dan banyak membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi. Disamping itu penghargaan yang sama juga peneliti sampaikan kepada Ibu Ira Kesuma Dewi S.Psi, M.Psi dan Ibu Cut Sarah S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku penguji dalam sidang peneliti, terimakasih kepada Ibu Atika Mentari Nataya S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku sekretaris dalam sidang peneliti, dan juga kepada Bapak Faadhil S.Psi, M.Psi selaku Ka Prodi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

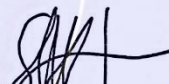
Ungkapan terima kasih juga saya sampaikan kepada kedua Orang Tua Tersayang yang selalu memberikan semangat dan mendukung peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih juga kepada kakak-kakak tersayang, kepada teman-teman kos Ara, dan Kitri yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, serta seluruh keluarga dan semua pihak yang tidak disebutkan namanya, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Dalam menyusun skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga membuat peneliti mampu menyelesaikannya tepat waktu.



Medan, 6 September 2024


Sasti Ananta

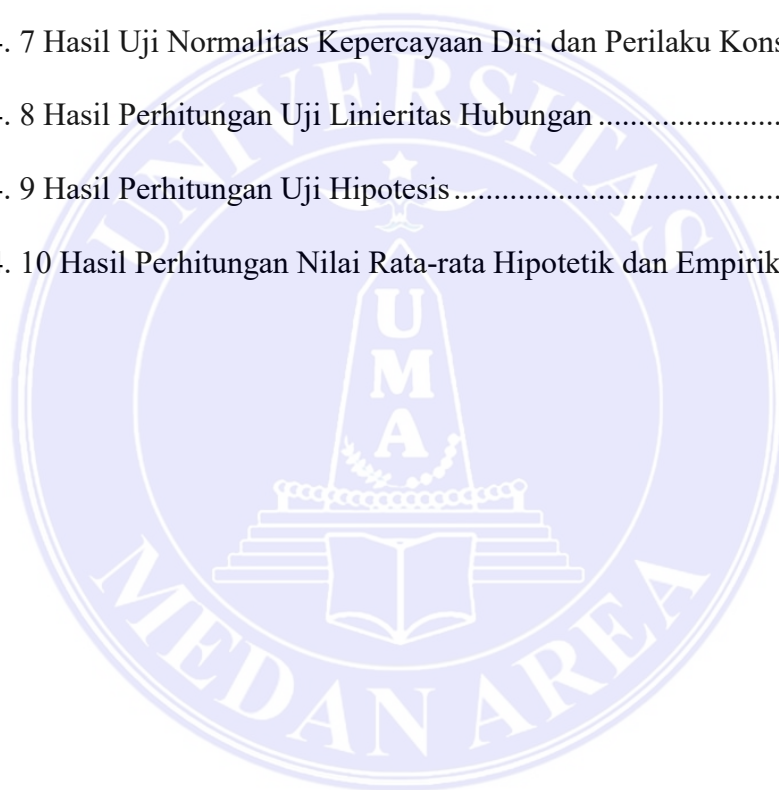
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Hipotesis Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	13
2.1.3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif.....	16
2.1.4. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif	19
2.2. Kepercayaan Diri	21
2.2.1. Pengertian Kepercayaan Diri.....	21
2.2.2. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri	22
2.2.3. Faktor-Faktor Kepercayaan Diri.....	24
2.2.4. Ciri-Ciri Kepercayaan Diri	28
2.3. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif	31
2.4. Kerangka Konseptual	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Waktu dan tempat penelitian	35
3.2. Tipe Penelitian	35

3.3. Identifikasi Variabel Penelitian	35
3.4. Defenisi Operasional Variabel.....	36
1. Perilaku Konsumtif.....	36
2. Kepercayaan Diri.....	36
3.5. Subjek Penelitian	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
3. Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6. Metode Pengumpulan Data	38
3.7. Validitas dan Reabilitas Alat Ukur.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	39
3.8. Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.1.2. Hasil Uji Asumsi.....	46
4.1.3. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	49
4.2. Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
1.1. Kesimpulan.....	56
1.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Distribusi Skala Perilaku Kosumtif Sebelum Uji Coba	42
Tabel 4. 2 Distribusi Skala Kepercayaan Diri Sebelum Uji Coba	43
Tabel 4. 3 Distribusi Butir Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	45
Tabel 4. 4 Distribusi Butir Skala Perilaku Konsumtif Final	45
Tabel 4. 5 Distribusi Butir Skala Kepercayaan Diri Setelah Uji Coba.....	46
Tabel 4. 6 Distribusi Butir Skala Kepercayaan Diri Final.....	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Kepercayaan Diri dan Perilaku Konsumtif	47
Tabel 4. 8 Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan	48
Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis	49
Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Empirik.....	51



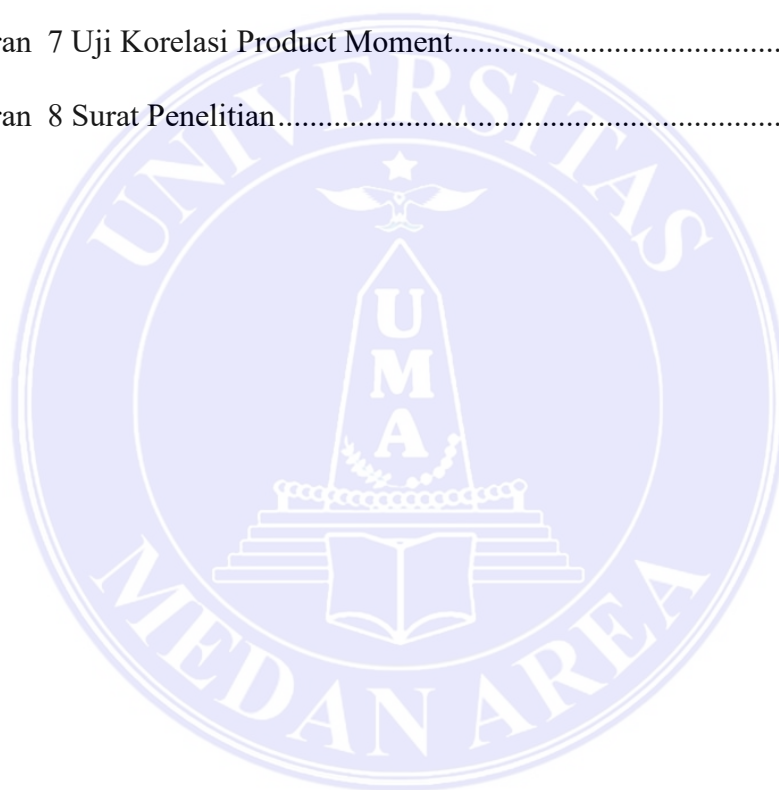
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kurva Variabel Kepercayaan Diri	51
Gambar 4.2 Kurva Variabel Perilaku Konsumtif.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Screening Test	63
Lampiran 2 Alat Ukur Lembar Skala	65
Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah	71
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas	80
Lampiran 5 Uji Normalitas	93
Lampiran 6 Uji Linieritas	93
Lampiran 7 Uji Korelasi Product Moment.....	96
Lampiran 8 Surat Penelitian.....	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, serta informasi era globalisasi yang semakin maju di Indonesia mampu membuat perubahan-perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan dibidang kehidupan. Semuanya dapat diakses dengan mudah hanya dalam hitungan detik, termasuk dunia *fashion*. Kehadiran modernisasi ini juga mempengaruhi gaya hidup yang berbeda, terutama bagi masyarakat yang tinggal dipertanian. Daya beli terus berkembang dan mengalami banyak peningkatan dengan meluasnya bisnis online shopping, mall, dan toko-toko serba maju ini menjadi komoditas masyarakat terutama pada mahasiswi. Masyarakat mulai bersaing dalam hal memenuhi kebutuhan mereka bahkan sesuatu yang bukan menjadi kebutuhan akan terpenuhi karena adanya keinginan yang kuat untuk memiliki atau mengonsumsi.

Hidayat & Kurniawan, (2016) menyatakan bahwa konsumen Indonesia termasuk *recreational shoppers* (pembelanja rekreasi) mereka berbelanja bukan karena kebutuhan, tetapi untuk kesenangan. Belanja dinilai bukan sebagai pemenuhan kebutuhan saja melainkan dinilai sebagai pemuas keinginan yang pada akhirnya barang yang telah dibeli menjadi menumpuk dikarenakan pembelian secara terus-menerus (Astuti, 2015). Individu tentunya melakukan konsumsi terhadap barang dan jasa, dikarenakan masyarakat terutama pada kalangan mahasiswi yang sering dihadapkan dengan promo-promo produk dan banyak iklan yang menarik perhatian. Mahasiswi sama halnya dengan masyarakat pada

umumnya dimana mereka juga melakukan pemenuhan atas kebutuhannya atau aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi.

Tanpa sadar masyarakat khususnya mahasiswi mudah sekali masuk kedalam pola hidup yang konsumtif. Hal ini disebabkan oleh pola hidup mahasiswi identik dengan jalan-jalan, berbelanja barang-barang yang sedang trend. Dikria (2016) mengatakan bahwa mahasiswi ingin menunjukkan diri mereka bahwa dapat mengikuti mode terkini padahal mode selalu berubah sehingga para mahasiswi tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Dalam bidang tertentu, tampak bahwa masyarakat menunjukkan kecenderungan menerapkan kebiasaan dan gaya hidup yang berubah pada waktu yang dikategorikan relative singkat yang biasanya mengarah pada keinginan serta kebutuhan yang berlebihan dan serba mewah yang diyakini mampu mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif umumnya tidak hanya terjadi pada kalangan dewasa akan tetapi banyak juga ditemukan pada kalangan mahasiswi yang berada dibawah pengaruh lingkungan juga tekanan sosial, namun demikian perilaku konsumtif sesungguhnya tidak terbatas pada suatu usia tertentu. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh (Abadi et al, 2020) perilaku konsumtif yang terjadi pada wanita lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki hal ini terjadi karena adanya dorongan kebutuhan (*needs*) hanya untuk memperoleh kesenangan semata dan mayoritas dilakukan oleh wanita, sedangkan perilaku konsumen pada laki-laki lebih rasional dibandingkan wanita yang lebih mengutamakan aspek kesenangan.

Mahasiswi di era ini menunjukkan kecederungan menyeimbangi perilaku konsumtif orang disekitarnya dengan secara ikut-ikutan tertarik membeli barang-barang tren yang bukan merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi demi

mendukung penampilan sehari-hari. . Seperti halnya dalam berpenampilan serta pemenuhan kebutuhan hidup sama halnya mengarah pada keadaan yang konsumeristik serta menimbulkan tren atau gaya hidup baru karena eksistensi yang diyakini eksklusif seakan menjadi gambaran akan kemajuan bagi masyarakat yang mampu mengalihkan wajah dunia. Dikalangan mahasiswi banyak pergaulan lingkungan dan popularitas yang membuat individu tersebut melakukan segala upaya agar dapat menyeimbangi popularitas yang sedang ada dapat diterima oleh lingkup pergaulan dengan bertransaksi secara berlebihan pada barang yang tidak diperlukan, contohnya membeli sepatu , tas, make up seperti lipstint atau lipstik dengan merk yang berbeda, pakaian dan lainnya.

Saat ini banyak mahasiswi yang percaya bahwa dengan memenuhi keinginannya akan meningkatkan status sosialnya dan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya (Azzama et al., 2017). Upaya mempertahankan pola hidup konsumtif bagi setiap individu tercipta dari kehidupan mahasiswi di dalam kampus yang menggiring perubahan sosial dengan intensitas yang tinggi (Siallagan, Ance M. Derang, 2021). Perilaku konsumtif dapat dimakna dengan mahasiswi yang melakukan pembelian terhadap suatu produk dengan intensitas yang tinggi tanpa memperhatikan kebermanfaatan dari barang tersebut dan tidak mempertimbangkan prioritas (Arifa & Guspa, 2022). Sumartono (dalam Arsyad, Anisah, & Widjanarko, 2021) menerangkan bahwa perilaku konsumtif sebagai perilaku yang suka membeli suatu produk tanpa pertimbangan rasional atau tanpa mementingkan kebutuhan.

Sementara menurut Fromm (dalam Pratama, 2017), kebutuhan yang terus mengalami peningkatan untuk merasa puas dengan memiliki barang dan jasa, terlepas bagaimana barang dan jasa tersebut akan digunakan disebut dengan perilaku

konsumtif, sebaliknya hal ini hanya didorong oleh keinginan untuk memperoleh barang-barang yang lebih bagus, lebih banyak, dan lebih baru agar status yang diinginkan diketahui oleh orang banyak terutama orang sekitarnya. Perilaku konsumtif menurut Erich Fromm (dalam Pratama, 2017) dapat dibentuk dari beberapa komponen yakni pemborosan, pembelian yang tidak rasional, dan pembelian impulsif. Sumartono (2017) mengatakan bahwa yang mendorong individu untuk mencoba apa pun yang mereka suka adalah upaya untuk tampil modis dan eksklusif, serta mengoptimalkan rasa percaya diri yang menjadi pemicu timbulnya perilaku konsumtif tidak terkendali dan sangat berlebihan, lupa akan realitas manfaat dari barang yang dibeli dan kebutuhan yang harus diutamakan dampak dari sebuah gengsi.

Selaras dengan fenomena dan realitas yang terjadi dalam kalangan mahasiswi biasanya berperilaku konsumtif karena pengaruh teman sekitar dan lingkungan. Sehingga jika seseorang tidak menyesuaikan diri dengan lingkungan tersebut, bisa membuat kehilangan rasa percaya dirinya. Seperti halnya perilaku mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 berdasarkan screening yang dilakukan peneliti sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu menunjukkan bahwa para mahasiswi psikologi angkatan 2022 sering membeli produk dikarenakan discount dan mendapat hadiah, beberapa mahasiswi menggunakan uang bulannya untuk memenuhi gaya hidup seperti selalu berpenampilan modis dengan membeli barang mahal karena gengsi, sering membeli barang bukan berdasarkan kebutuhannya melainkan ingin lebih diakui dikalangan temannya, membeli barang hanya berdasarkan tren yang sedang terjadi dan ingin membuat tampilan lebih menarik agar semakin percaya diri. Rasa percaya

diri dalam diri mahasiswi akan meningkat tinggi apabila mampu menggunakan barang-barang mewah dan bermerk terkenal, mahasiswi sudah merasa dirinya menarik dan cantik.

Dari fenomena diatas maka dapat disimpulkan bahwa para mahasiswi cenderung berperilaku konsumtif dikarenakan rasa percaya diri yang rendah sehingga menggunakan uang yang dikeluarkan demi hal-hal yang bukan menjadi kebutuhan yang segera harus dipenuhi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya perilaku konsumtif yang dimiliki para mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022. Dari hal diatas, didukung oleh hasil wawancara kepada beberapa mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022. Wawancara pertama kali dilakukan pada tanggal 2 november 2023, M yang merupakan salah seorang mahasiswi mengungkapkan sering membeli barang seperti skincare dan kosmetik secara berlebihan. Ketika ada skincare atau kosmetik yang sedang diskon, iklan ataupun tren ia langsung membelinya tanpa memikirkan kebutuhan utama. Menurutnya dengan membeli banyak produk skincare atau kosmetik bisa menutupi serta memperbaiki kondisi wajah agar tidak terlihat jelek, dan pucat sehingga membuat penampilannya lebih cantik dan nyaman terlihat lebih percaya diri. Apalagi jika produk skincare ternama seperti skintific, the originote membuatnya ingin langsung membelinya tanpa pikir panjang karena takut kehabisan. Walaupun ia sudah memiliki jenis skincare lain, namun karena merek tersebut terkenal ia akan tetap membelinya.

Kemudian kembali dilakukan wawancara pada tanggal 2 november 2023 dengan salah satu mahasiswi psikologi angkatan 2022 bernama NF yang juga menunjukkan perilaku berlebihan dalam berbelanja terutama pada keperluan

fashion, NF mengungkapkan bahwa ketika ada tren terbaru dan ternama, ia semakin tertarik untuk membelinya. Dengan mengikuti tren tersebut NF merasa lebih percaya diri apalagi didalam lingkungan pertemanan dan dunia perkuliahan yang mengharuskannya untuk berpenampilan menarik. Misalnya dalam hal membeli baju, sepatu untuk menunjang penampilan fisiknya ia bahkan menggunakan uang bulannya bukan malah menabungnya.

Pada tanggal yang sama yakni 2 November 2023, wawancara juga dilakukan pada BA yang merupakan mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 dari segi pembelian yang menurutnya harus dimiliki. BA mengungkapkan bahwa ketika berkumpul dengan teman-temannya ia selalu minder atau tidak percaya diri karena penampilannya yang menurutnya tidak seimbang seperti mereka memakai sepatu branded, menggunakan handphone merek iphone, menggunakan make up ternama seperti Maybelline, Make Over sehingga ia harus melakukan pembelian barang yang sama agar menjadi percaya diri dan diterima dalam lingkungan pertemanannya. Dari BA juga dapat diketahui bahwa ternyata mahasiswi banyak membeli produk kecantikan ataupun fashion secara berlebihan dimana hal ini bukan kebutuhan, namun untuk memenuhi keinginan tampil yang terbaik.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada beberapa mahasiswi Fakultas Psikologi UMA angkatan 2022 diketahui bahwa, mahasiswi membeli barang-barang meskipun tidak diperlukan, melakukan koleksi pakaian dan melakukan pembelian yang dirasa hanya untuk kesenangan pribadi agar dapat memiliki barang yang mereka ingini sesuai dengan tuntutan tren dan *fashion* meskipun barang tersebut sebenarnya tidak diperlukan. Pada beberapa mahasiswi

lainnya juga memiliki kebiasaan perilaku konsumtif karena ingin mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, adanya informasi mengenai diskon yang menjadi mahasiswa berperilaku konsumtif. Ketika mendengar diskon mahasiswa tersebut sulit untuk menahan dan mengontrol diri untuk tidak berbelanja. Seperti melihat teman sekelompoknya memakai barang-barang terbaru seperti sepatu, baju serta kosmetik sering terjadi diantara mahasiswa saat melihat temannya menggunakan barang bagus mendorongnya agar segera juga dapat memiliki barang tersebut. Kemudian, kita dapat melihat bahwa tanpa mempertimbangkan barang itu mahal atau murah, mampu atau tidak membelinya seseorang tetap memiliki keinginan untuk segera memiliki dan membeli barang tersebut. Hal tersebut membuat mahasiswa berbelanja barang atau jasa bukan karena kebutuhan namun hanya keinginan atau memenuhi rasa puas (Anggreini, 2014).

Perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak buruk seperti membuat mahasiswa menjadi boros dengan menghambur-hamburkan uangnya untuk barang-barang yang tidak begitu penting dan tidak dapat membedakan antara kebutuhan tetapi mengutamakan keinginan. Menurut Lina & Rosyid (dalam Wulandari, 2019) faktor-faktor yang dapat membentuk perilaku konsumtif adalah: a) Faktor Eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang adalah kebudayaan, kelas sosial dan kelompok referensi. b) Faktor Internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif adalah motivasi, harga diri, kepribadian dan kepercayaan diri. Pada dasarnya kepercayaan diri menjadi salah satu faktor seseorang berperilaku konsumtif. Karena mahasiswa yang merasa tertinggal dengan teman sejawatnya ingin memiliki barang yang diinginkan, sehingga mereka merasa kurang percaya diri jika tidak memilikinya meskipun mereka tidak mengikuti trend yang terjadi. Seperti

yang diungkapkan Sumartono (dalam Kusuma & Afdliah, 2012) bahwa akibat mengikuti gengsi, dan agar tampil eksklusif, modis, dapat meningkatkan rasa percaya dirinya sehingga menggiring pelanggan melakukan suatu hal semanya demi keinginan yang sangat diidolakan yang akan membawanya kedalam tindakan konsumtif secara berlebihan.

Lautser (dalam Ghufron & Rini, 2014) menerangkan bahwa salah satu aspek kepribadian yang percaya bahwa individu mampu mewujudkan tujuan disebut dengan rasa percaya diri, berperilaku mandiri terhadap pendapat orang lain, dan bersikap gembira, ceria, bertanggung jawab serta toleran. Mahasiswi yang sering kali kurang percaya diri karena merasa dirinya kurang yang mana dalam konteks penampilan secara visual dan fisiknya tidak sama dengan orang-orang disekitarnya maupun teman sebayanya. Kondisi tersebut menjadi pemicu bagi mahasiswi berusaha berpenampilan sama seperti kelompoknya untuk menyembunyikan kekurangannya. Untuk menutupi kekurangannya, kecenderungan yang ditunjukkan oleh mahasiswi yang kurang percaya diri yakni penggunaan suatu produk *fashion* juga yang lainnya sebagai alternative untuk menutupi segala kekurangan yang ia rasa harus disembunyikan dari orang banyak dengan mengikuti tren atau mode yang sedang populer di lingkungannya agar ia mampu tampil percaya diri untuk berada di tengah-tengah lingkungan yang sedang ia hadapi (Kusuma & Afdliah, 2012).

Selain itu, hal ini selaras juga dengan studi yang telah dilaksanakan oleh Rombe (2014) yang menerangkan bahwa untuk menunjang kepercayaan diri yang ada dalam diri mahasiswi spesifiknya dalam hal penampilan, maka mereka akan berupaya untuk menjaga penampilan dan rasa percaya diri tersebut dengan cara kerap berusaha agar mendapatkan dan mengikuti produk/barang yang tren, dimulai

dari tren *fashion* sampai barang lainnya yang dapat membentuk pola konsumsi yang berlebih. Mahasiswi menyadari bahwa untuk mengikuti tren atau mode terbaru membutuhkan modal yang besar. Perubahan tren yang membuat mahasiswini terbiasa membeli barang-barang trendi karena perubahan tren fashion dan mereka rela mengeluarkan uang untuk menunjang penampilannya. Hal ini dilakukan mahasiswi untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Hal ini diperkuat juga dengan penelitian Kusuma & Afdiliah (2012) mengatakan bahwa apabila seseorang memiliki rasa percaya diri yang tinggi, mereka akan memiliki perilaku konsumtif yang rendah, dan sebaliknya, orang yang memiliki rasa percaya diri yang rendah akan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Adanya perbedaan gaya berpakaian dan tren mahasiswi dengan yang lain memerlukan rasa percaya diri agar dapat menyelaraskan diri dengan ruang lingkungannya. Hal tersebut menjadi pemicu saat individu melaksanakan kegiatan konsumsi tanpa mempermasalahkan murah atau mahal suatu produk yang ditargetkan.

Oleh sebab itu, peneliti memiliki ketertarikan melaksanakan melakukan penelitian pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area khususnya angkatan 2022. Tujuan penelitian ini dilakukan karena ingin mengetahui seberapa besar tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022, dan mencari hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi.

1.2. Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian kesenjangan yang telah dijabarkan oleh peneliti, rumusan masalah dalam penelitian ini yakni Apakah terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi angkatan 2022 Universitas Medan Area?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian rumusan masalah di atas pada penelitian ini, mengetahui dan menguji secara empiris hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi angkatan 2022 Universitas Medan Area menjadi maksud dan tujuan yang hendak dicapai dari pelaksanaan penelitian ini.

1.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan di atas, dengan demikian dirumuskan sebuah hipotesis yang berbunyi: Ada hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif, diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan diri mahasiswi maka semakin rendah perilaku konsumtif dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini senantiasa didambakan oleh peneliti memberikan kontribusi kebermanfaatan bagi berbagai pihak yang terkait yang diuraikan dibawah ini.

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kebermanfaatan secara teori sebagai bahan pertimbangan di berbagai bidang, terutama dalam perkembangan wawasan di bidang ilmu psikologi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Responden

Pada penelitian ini didambakan memberikan kontribusi kebermanfaatan yakni tersedianya ruang informasi yang baru, masukan dan sebagai objek kajian yang akan mendukung mahasiswi memperoleh pemahannya mengenai perilaku konsumtif mengetahui factor penyebabnya hingga mengetahui cara mengatasinya.

b. Bagi Peneliti Lain

Pada penelitian ini senantiasa dapat memberikan kontribusi kebermanfaatan bagi peneliti lain sebagai rujukan banding atau referensi yang memiliki relevansi terkait kepercayaan diri dan perilaku konsumtif yang cenderung dilakukan oleh kalangan mahasiswi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumtif

2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Arsyad, Anisah, & Widjanarko, 2021) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Akan tetapi, lebih kepada adanya kecenderungan metrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda yang mewah dan berlebihan serta segala hal yang dianggap paling mahal hanya untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli diluar kebutuhan rasional dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*). Perilaku konsumtif ialah bentuk karakteristik dari seseorang yang memiliki ketertarikan untuk membeli barang tanpa pertimbangan yang matang (Haryani & Herwanto, 2015). Sementara menurut Widyaningrum & Puspitadewi (2016) perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa dengan mendahulukan prosese pengambilan keputusan.

Veblen (dalam Ridha, 2012) mengatakan bahwa konsumsi secara berlebihan adalah ciri orang yang hendak ditiru oleh lapisan masyarakat pada umumnya. Dengan berbelanja seperti yang ditemukan dimasyarakat cenderung konsumtif, dengan mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan, bahkan kadang-kadang jauh dari nilai fungsionalnya (Ridha, 2012). Menurut Fromm (dalam Pratama 2017), Perilaku konsumtif merupakan keinginan yang terus meningkat untuk

mendapatkan kepuasan hal dalam kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaanya, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status. Defenisi tersebut mendukung defenisi sebelumnya, dimana defenisi ini mampu menjelaskan bahwa individu yang berperilaku konsumtif cenderung akan merasa bangga dan merasa percaya diri jika membeli atau menggunakan barang-barang bermerk.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli mengenai defenisi perilaku konsumtif diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukan untuk mengkonsumsi atau membeli dengan berlebih terhadap barang atau jasa secara tidak rasional, dapat menimbulkan pemborosan, dan lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan.

2.1.2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Erich Fromm (2017) adalah:

- a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), aspek ini menunjukkan bahwa seseorang membeli semata-mata hanya didasarkan pada hasrat tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa pertimbangan dan perencanaan dahulu, tidak memirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pemborosan (*wasteful buying*), yaitu perilaku yang menghambur-hamburkan uang secara tidak sadar, padahal masih ada kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu.

- c. Pembelian tidak rasional (*non rational buying*), yaitu seseorang melakukan pembelian bukan karena kebutuhan tetapi didasari hanya keinginan atau kesenangan. Pembelian yang dilakukan karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

Menurut Suminar & Meiyuntari (2015) aspek-aspek perilaku konsumtif antara lain:

- a. Aspek Intensitas. Aspek intensitas adalah tingkat dimana keinginan seseorang untuk membeli suatu barang tertentu. Intensitas pada perilaku konsumtif cenderung meningkat.
- b. Aspek Kebutuhan. Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi, oleh karena itu kebutuhan sudah ada dari dalam diri manusia. Kebutuhan ini tidak dapat diciptakan oleh orang lain. Aspek kebutuhan mengacu pada kebutuhan individu untuk membeli sesuatu.
- c. Aspek kepuasan. Aspek kepuasan mengacu pada rasa puas yang dialami individu dalam membeli barang atau jasa.
- d. Aspek prestige. Aspek prestige ini mengarah pada penilaian dalam keteneran atau popularitas suatu produk. Jika membeli suatu barang yang bermerk maka prestige seseorang yang menggunakan barang tersebut akan meningkat.
- e. Aspek status sosial, kekayaan dan keistimewaan. Dalam membeli suatu produk konsumen dipengaruhi dengan berbagai latar belakang salah satunya latar belakang pada kelas sosialnya. Aspek ini menunjukkan status sosial seseorang, jika seseorang membeli barang mewah maka mengindikasikan seseorang berasal dari status sosial yang tinggi.

Menurut Engel (2018) perilaku konsumtif dibagi menjadi tiga aspek yaitu:

- a. Pembelian impulsif, yaitu hanya karena keinginan semata, tanpa melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli dan tidak memikirkan apa yang terjadi di masa depan.
- b. *Non-Rational buying* yaitu membeli suatu barang atau produk tanpa memikirkan berapa uang yang seharusnya dikeluarkan untuk membeli barang tersebut hanya karena kesenangan semata, hal ini sangat merugikan jika terus dilakukan karena dapat menyebabkan individu tidak memperhatikan jumlah uang yang dimilikinya dan jika hal ini terus berlanjut maka uang yang tersedia bisa habis tanpa disadari.
- c. Pemborosan yaitu pembelian yang tidak rasional biasanya dilakukan oleh individu bukan berdasarkan kebutuhan melainkan hal lain seperti gengsi, harga diri, keinginan terhadap suatu barang yang sedang populer, gaya hidup hedon dan selalu berusaha mengikuti tren agar tidak ketinggalan zaman.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa aspek-aspek dari perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pemborosan, pembelian tidak rasional, intensitas, kebutuhan kepuasan, dan status sosial. Dari beberapa teori yang telah dijelaskan peneliti memilih untuk menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Erich Fromm (2017) untuk menyusun skala, karena lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan dan lebih memiliki aspek yang lengkap sehingga sesuai dengan target penelitian.

2.1.3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler & Keller (dalam Naomi & Antonio, 2020), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

a. Kebudayaan

Merupakan penentu keinginan yang paling mendasar dan untuk memperoleh nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumtif. Faktor kebudayaan terdiri dari: sdaya, sub budaya, dan kelas sosial.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarki dan anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Faktor sosial terdiri dari: kelompok, keluarga, peran, dan status.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menimbulkan respons yang konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor pribadi terdiri dari: usia, tahap kehidupan, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan sosialisasi, kemampuan beradaptasi, dan kontrol diri.

d. Faktor Psikologis

Sebagai bagian dari pengaruh lingkungan tempat tinggal dan kehidupan pada masa kini tanpa mengabaikan masa lalu dan mengantisipasi masa depan. Faktor psikologis meliputi, motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (dalam Wulandari, 2019) terbagi menjadi dua yaitu:

a. Faktor Eksternal

1) Kebudayaan

Budaya yang tercermin dari pola kebiasaan dan tindakan dalam permintaan barang dipasar sangat mempengaruhi konsumen. Keanekaragaman budaya disuatu daerah, banyaknya suku bangsa akan membentuk perilaku pasar yang berbeda-beda dimana kebutuhan akan semakin meningkat sehingga memunculkan perilaku konsumtif.

1) Kelas Sosial

Merupakan kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang menempati posisi setara dalam masyarakat, mempunyai kepentingan dan terlibat dalam perilaku yang sama.

2) Kelompok Referensi

Kelompok referensi ini mempunyai pengaruh yang lebih kuat terhadap seseorang karena akan membentuk perilaku dan kepribadiannya.

b. Faktor Internal

1) Motivasi

Motivasi adalah pendorong perilaku seseorang tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau menggunakan jasa dipasar.

2) Harga Diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli oarang-orang yang harga dirinya rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi dari pada orang-orang yang harga dirinya tinggi.

3) Kepribadian

Kepribadian sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk.

4) Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli barang. Hal ini dibuktika oleh Rombe (2014) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa kepercayaan diri mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.

Sedangkan menurut Enrico et al (2014) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor penyebab seseorang berperilaku konsumtif:

a. Memenuhi Keinginan

Ada keinginan fisik dan keinginan untuk mencapai prestasi tingkat tinggi.

b. Daya Beli

Seseorang yang daya beli lebih besar bukan berarti bahwa keinginannya akan mudah terpuaskan dan kemudian tidak menginginkan apa-apa.

c. Penggunaan Produk

Setiap orang mempunyai masa pakai pada produknya, seseorang mengatakan produknya sudah tidak bisa dipakai atau kurang produktif, namun ada juga yang bilang produknya masih bisa dipakai.

d. Status Sosial

Status sosial ditentukan berdasarkan latar belakang keluarga, agama, pendidikan, dan ekonomi.

e. Gaya Hidup Keluarga

Gaya hidup keluarga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

Berdasarkan uraian diatas yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelas sosial dan kelompok referensi. Faktor internal yaitu motivasi, harga diri, kepribadian dan kepercayaan diri. Selain itu ada munculnya memuhi keinginan, daya beli, dan penggunaan produk.

2.1.4. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2017) ciri-ciri perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya).

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

Menurut Munandar (dalam Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif:

- a. Mudah dibujuk dan terbujuk rayuan dari penjual.
- b. Punya perasaan tidak enak pada penjual.
- c. Tidak sabar dalam membeli barang, sehingga dalam membeli barang tidak didasarkan banyak pertimbangan dan hanya untuk keinginan sesaat.

Sedangkan menurut Assauri (2013), ciri-ciri perilaku konsumtif meliputi:

- a. Pembeli ingin tampak berbeda dengan orang lain.
- b. Kebanggaan diri.
- c. Ikut-ikutan.
- d. Menarik perhatian orang lain.

Dari beberapa ciri yang ditampilkan dari perilaku konsumtif maka dapat disimpulkan bahwa orang yang berperilaku konsumtif memiliki ciri berperilaku boros, lebih mementingkan hasrat atau keinginan dibandingkan kebutuhan, mengedepankan gengsi, status sosial ataupun harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

2.2. Kepercayaan Diri

2.2.1. Pengertian Kepercayaan Diri

Lautser (dalam Gufron, 2014) mendefinisikan kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira, optimis, cukup toleran, dan bertanggung jawab. Ghufon (2014) mengatakan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan untuk melakukan sesuatu pada diri subjek sebagai karakteristik pribadi yang di dalamnya terdapat keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional, dan realistis.

Menurut Elfiky (dalam Girindra dkk, 2018) kepercayaan diri adalah berbuat dengan penuh keyakinan, apapun tantangan yang dihadapi dan dalam kondisi apapun, kekuatan yang mendorong seseorang untuk maju dan berkembang serta selalu memperbaiki diri. Sedangkan menurut Ramadhani (2021) bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan positif yang dimiliki seseorang karena dapat melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya tanpa membandingkan dirinya dengan orang lain. Anthony (dalam Ghufon, 2014) berpendapat bahwa kepercayaan diri merupakan sikap pada diri seseorang yang dapat menerima kenyataan, dapat mengembangkan kesadaran diri, berpikir positif, memiliki kemandirian, dan mempunyai kemampuan untuk memiliki serta mencapai segala sesuatu yang diinginkan.

Dari beberapa pendapat ahli diatas mengenai kepercayaan diri maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan yang dimiliki seseorang

dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya secara optimis, bertanggung jawab, rasional, dan realistis.

2.2.2. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri

Menurut Lautser (dalam Hidayati & Savira, 2021) aspek-aspek kepercayaan diri sebagai berikut :

a. Optimis

Individu yang memiliki sikap positif selalu berpandangan baik ketika menghadapi segala hal tentang diri dan kemampuan ataupun harapannya.

b. Objektif

Seseorang yang memandang sesuatu sesuai dengan kebenaran yang terjadi dengan apa adanya tanpa adanya pengaruh dari pandangan atau pendapat sendiri.

c. Keyakinan akan kemampuan diri

Yakin terhadap diri sendiri serta merasa mampu untuk menyelesaikan tugas yang dipilihnya secara sungguh-sungguh.

d. Bertanggung jawab

Kesediaan individu dalam menanggung segala sesuatu beserta konsekuensinya.

e. Rasioanl dan Realistis

Individu yang memiliki rasa percaya diri pasti akan berpikir secara rasional dan realistis. Mampu menganalisa suatu masalah, suatu hal, dan suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Sedangkan menurut Anthony (dalam Amandha & Ifdil, 2016) aspek-aspek kepercayaan diri antara lain:

a. Rasa aman

Terbebas dari perasaan takut dan tidak ada kompetisi terhadap situasi atau orang-orang disekitarnya.

b. Ambisi normal

Ambisi yang disesuaikan dengan kemampuan dan dapat menyelesaikan tugas dengan baik serta bertanggung jawab.

c. Yakin pada kemampuan diri

Merasa tidak perlu membandingkan dirinya dengan orang lain dan tidak mudah terpengaruh oleh orang lain.

d. Optimis

Individu yang memiliki pandangan dan harapan yang positif mengenai diri dan masa depannya.

Menurut Kumara (dalam Hidayat & Bashri, 2016) terdapat empat aspek kepercayaan diri yaitu:

a. Kemampuan menghadapi masalah

Suatu aktivitas intelektual untuk menemukan solusi masalah dengan menggunakan pengetahuan yang sudah dimiliki.

b. Bertanggung jawab

Bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan, menerima keputusan dan melaksanakan tindakan yang sudah menjadi keputusan dalam tanggung jawab penuh.

c. Kemampuan dalam bergaul

Sebuah proses kemampuan dalam interaksi sosial yang ada pada individu dalam lingkungan sosialnya.

d. Kemampuan menerima kritik

Kemampuan seseorang dalam menerima, mengolah dan menanggapi kritikan dari pihak lain secara tenang.

Menurut pendapat dari beberapa ahli diatas mengenai aspek-aspek dalam kepercayaan diri dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri tak terlepas dari aspek keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis, rasa aman, ambisi normal, kemampuan menghadapi masalah, kemampuan dalam bergaul dan kemampuan menerima kritikan. Seseorang yang mampu menjalankan aspek-aspek tersebut dengan baik akan mudah untuk lebih percaya diri.

2.2.3. Faktor-Faktor Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri menurut Ghufron (2014) dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu:

a. Konsep diri

Kepercayaan diri pada diri seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulannya dalam suatu kelompok. Hasil interaksi yang terjadi akan menghasilkan konsep diri.

b. Harga Diri

Konsep diri yang positif akan membentuk harga diri yang positif pula. Harga diri adalah penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri.

c. Pengalaman

Pengalaman dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri. Sebaliknya, pengalaman juga dapat menjadi faktor menurunnya rasa percaya diri seseorang.

d. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri seseorang. Tingkat pendidikan yang rendah akan menjadikan orang tersebut tergantung dan berada di bawah kekuasaan orang lain yang lebih pandai darinya. Sebaliknya, orang yang mempunyai pendidikan tinggi akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih dibandingkan yang berpendidikan rendah.

Menurut Santrock (dalam Lestari & Aseli, 2022) kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Penampilan Fisik.

Penampilan fisik merupakan suatu kontributor yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri remaja. Penampilan fisik secara konsisten berkorelasi paling kuat dengan kepercayaan diri secara umum, yang baru kemudian diikuti hanya dengan penerimaan sosial teman sebaya.

b. Konsep Diri

Hubungan yang kuat antara penampilan fisik dengan harga diri secara umum tidak hanya pada masa remaja akan tetapi sepanjang masa dari masa kanak-kanak hingga usia dewasa.

c. Hubungan dengan Orang Tua

Faktor seperti ekspresi rasa kasih sayang dan memberi kebebasan kepada anak dengan batas tertentu terbukti sebagai faktor penentu yang penting bagi rasa percaya diri remaja.

d. Hubungan Teman Sebaya

Penilaian dari teman sebaya memiliki derajat yang tinggi pada anak-anak yang lebih tua dan remaja. Dukungan dari teman sebaya lebih berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri pada individu pada masa remaja awal, meskipun dukungan orang tua juga merupakan faktor yang penting.

Menurut Bachtiar (2023) mengemukakan bahwa terdapat dua faktor kepercayaan diri yaitu faktor internal dan faktor eksternal, meliputi:

b. Faktor Internal

Faktor internal dari berbagai hal-hal yang penting di dalamnya. Hal-hal yang penting tersebut antara lain sebagai berikut:

1) Konsep diri

Seseorang yang memiliki pandangan tentang dirinya, hal itu diperoleh oleh pergaulan dalam kelompok tertentu. Seseorang dengan kepercayaan diri rendah cenderung memiliki konsep diri yang negatif, sedangkan orang dengan kepercayaan diri tinggi cenderung memiliki konsep diri positif.

2) Harga diri

Seseorang yang sadar atas penilaian yang diberikan kepada diri sendiri. Penilaian yang dilakukan dengan pikiran dan pertimbangan yang logis umumnya dilakukan oleh orang yang memiliki harga diri

tinggi, serta dengan secara cepat mampu membangun interaksi yang baik dengan orang lain. Sedangkan orang dengan harga diri rendah akan mengalami kesulitan dalam bersosial.

3) Pengalaman hidup

Pengalaman hidup yang tidak menyenangkan berupa kekecewaan, rasa tidak aman, kurangnya kasih sayang dan perhatian adalah akar penyebab rendahnya kepercayaan diri.

c. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri dari berbagai hal-hal yang penting di dalamnya. Hal-hal yang penting tersebut antara lain sebagai berikut:

1) Pendidikan

Perbedaan pada tingkat pendidikan dapat mempengaruhi kepercayaan diri, tingkat pendidikan menjadikan seseorang menempatkan posisi dirinya lebih tinggi ataupun lebih rendah dengan membandingkan tingkat kepandaian mereka.

2) Pekerjaan

Bekerja dapat meningkatkan kreativitas, kemandirian dan rasa percaya diri seseorang. Dengan bekerja seseorang mampu membangun rasa percaya diri, rasa bangga serta adanya kepuasan, selain dari penghasilan yang didapat juga adanya kesempatan dalam mengembangkan kemampuan diri.

3) Lingkungan

Dukungan baik yang diterima seseorang akan menciptakan kepercayaan diri yang baik pula, seperti lingkungan keluarga

yang baik memberikan rasa nyaman antar anggotanya, lingkungan masyarakat dimana semakin kita dapat menjalankan norma yang ada maka semakin kita diterima oleh masyarakat, dan kepercayaan diri akan meningkat.

Dari paparan tentang berbagai faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor penampilan fisik, konsep diri, hubungan dengan orang tua, dan hubungan dengan teman sebaya. Bagi mahasiswa penampilan fisik dianggap penting dalam membentuk kepercayaan diri.

2.2.4. Ciri-Ciri Kepercayaan Diri

Menurut Hakim (dalam Amandha & Ifdil, 2016) Menjelaskan ciri-ciri individu yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi yaitu:

- a. Selalu bersikap tenang di dalam mengerjakan segala sesuatu.
- b. Mempunyai potensi dan kemampuan yang memadai.
- c. Mampu menyesuaikan diri dan berkomunikasi di berbagai situasi.
- d. Memiliki kondisi mental dan fisik yang cukup menunjang penampilannya.
- e. Memiliki kecerdasan yang cukup.
- f. Memiliki keterampilan atau keahlian lain yang menunjang kehidupannya, misalnya keterampilan berbahasa asing.
- g. Memiliki kemampuan bersosialisasi.
- h. Memiliki latar belakang pendidikan keluarga yang baik.
- i. Memiliki pengalaman hidup yang menempa mentalnya menjadi kuat dan tahan di dalam menghadapi berbagai cobaan hidup.

- j. Selalu bereaksi positif dalam menghadapi berbagai masalah, misalnya dengan tetap tegar, sabar, dan tabah dalam menghadapi persoalan hidup.

Sedangkan menurut Fatimah (dalam Amandha & Ifdil, 2016) menjelaskan beberapa ciri atau karakteristik individu yang mempunyai rasa percaya diri yang proposional, diantaranya adalah:

- a. Percaya akan kompetensi atau kemampuan diri, hingga tidak membutuhkan pujian, pengakuan, penerimaan, ataupun hormat orang lain.
- b. Tidak terdorong untuk menunjukkan sikap konformitas demi diterima oleh orang lain atau kelompok.
- c. Berani menerima dan menghadapi penolakan orang lain, berani menjadi diri sendiri.
- d. Punya pengendalian diri yang baik (tidak moody dan emosinya stabil).
- e. Memiliki internal *locus of control* (memandang keberhasilan atau kegagalan, bergantung pada usaha sendiri dan tidak mudah menyerah pada nasib atau keadaan serta tidak bergantung atau mengharapkan bantuan orang lain).
- f. Mempunyai cara pandang yang positif terhadap diri sendiri, orang lain, dan situasi di luar dirinya.
- g. Memiliki harapan yang realistis terhadap diri sendiri, sehingga ketika harapan itu tidak terwujud, ia tetap mampu melihat sisi positif dirinya dan situasi yang terjadi.

Menurut Lautser (dalam Amandha & Ifdil, 2016) mengemukakan bahwa individu yang percaya diri akan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Kemandirian: adanya kemampuan untuk mengarahkan dan mengendalikan diri sendiri dalam berpikir, bertindak, serta tidak merasa tergantung dengan orang lain.
- b. Komitmen: individu memiliki kemampuan dalam memegang komitmen yang sudah ia buat serta mematuinya.
- c. Pemahaman diri: pemahaman diri secara objektif akan memungkinkan seorang individu akan melihat kelebihan-kelebihannya yang dapat membuatnya percaya diri untuk bisa berbuat segala sesuatu sekalipun harus bersaing.
- d. Penyesuaian diri: adanya kemampuan berinteraksi sosial dengan orang-orang dilingkungan tempat ia berada dalam arti orang tersebut bisa diterima sebagai salahsatu anggota masyarakat yang dibutuhkan oleh orang lain.
- e. Tegas dan berani menyatakan pendapat: individu memiliki ketegasan dan keberanian menyatakan pendapat yang meliputi kemampuan mengungkapkan perasaan, kemampuan mengungkapkan keyakinan, dan pemikiran secara terbuka dan kemampuan untuk mempertahankan hak-hak pribadi.

Dari beberapa ciri-ciri yang ditampilkan oleh kepercayaan diri maka dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi akan bersikap dan bertindak dengan penuh keyakinan akan kemampuan dirinya. Seseorang yang percaya diri tidak akan meragukan tindakan dan perilakunya serta dapat bertanggung jawab dalam keputusan yang ia buat, mudah bersosialisasi, menghargai terhadap perbedaan dari orang lain, dan tegas. Seseorang yang percaya

diri tidak akan terdorong untuk menunjukkan sikap konformitas demi diterima oleh orang lain atau kelompok.

2.3 Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Arsyad, Anisah, & Widjanarko, 2021) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli diluar kebutuhan rasional dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*). Perilaku konsumtif biasanya terjadi pada mahasiswi, hal ini terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh mahasiswi. Perilaku konsumtif yang sering terjadi dikalangan mahasiswi pada umumnya hanya sebatas menginginkan suatu barang seperti baju, sepatu, make up, skincare dan berbagai hal lainnya yang berhubungan dengan penampilan seorang mahasiswi.

Hal tersebut belum tentu sudah sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dilakukan para mahasiswi guna menunjang rasa percaya diri, sehingga menyebabkan mahasiswi tidak terlepas dari perilaku berbelanja secara berlebihan. Terbentuknya perilaku konsumtif pada mahasiswi yang dijelaskan Lina & Rosyid (dalam Wulandari, 2019) dikarenakan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Kebudayaan, kelas sosial, dan kelompok referensi merupakan faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif. Sedangkan motivasi, harga diri, kepribadian, dan kepercayaan diri merupakan faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif. Faktor internal salah satunya adalah kepercayaan diri hal ini dibuktikan oleh Rombe (2014) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa kepercayaan diri mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.

Mahasiswi yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi akan mampu untuk menentukan mana kebutuhan yang sebenarnya dan bukan hanya keinginan semata, sehingga tidak akan mengarah pada pola hidup konsumtif (Wulandari, 2019). Hal ini dikarenakan mereka dapat menilai dirinya sendiri secara positif. Akan tetapi orang yang tidak percaya diri tidak mampu menerima keadaan dirinya sehingga mereka akan terus menerus mencari kekurangan dalam dirinya sehingga mereka akan mengarah pada pola hidup konsumtif. Hal tersebut terjadi karena mereka menilai dirinya secara negatif.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Arsyad et al, (2021) dengan judul “hubungan antara konformitas dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif yang terjadi pada anggota komunitas vanshead kendal” penelitian yang dilakukan pada anggota komunitas vanshead di Kendal. Dengan jumlah sampel sebanyak 63 orang. Rata-rata anggota komunitas vanshead kendal memiliki perilaku konsumtif 63,97 %, konformitas sebesar 57,83% dan kepercayaan diri 69,9%. Sebanyak 13 anggota berperilaku konsumtif (20,6%) dalam kategori tinggi, 43 anggota (68,3) dalam kategori sedang, dan 7 anggota (11,1%) dalam kategori rendah. Sebagian besar 47 anggota (74,6%) memiliki kepercayaan diri yang sedang, 10 anggota (15,9%) dalam kategori rendah, dan 6 anggota (9,5%) dalam kategori kepercayaan diri yang tinggi. Hasil koefisien korelasi dengan teknik product moment $R_{x/y} = -0,175$ dengan $p=0,000$ ($p<0,01$).

Penelitian lainnya oleh Sa’adah (2021) dengan judul penelitian “hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa bidikmisi Unisulla” penelitian dilakukan di Univesititas Islam Sultan Agung Semarang. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Fakultas

Agama Islam, Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Keperawatan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Psikologi, Fakultas Teknik dan Fakultas Teknik Industri. Hasil penelitian bahwa nilai koefisien korelasi (r_{xy}) = -0,335 dengan (sig) = 0,000 ($p < 0.01$) yang artinya terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula. Sehingga menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

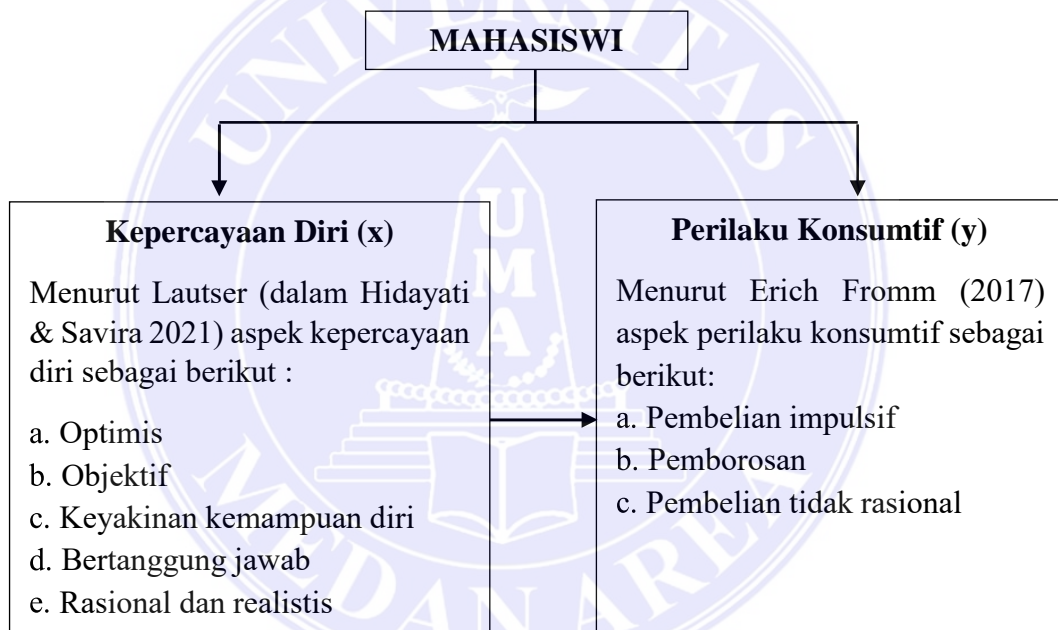
Penelitian lainnya oleh Rombe, (2013) dengan judul “hubungan body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda” dengan jumlah sampel sebanyak 87 siswa dan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian didapatkan bahwa kepercayaan diri yang dimiliki oleh remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda tinggi dengan adanya perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian skala percaya diri memiliki kontribusi langsung dengan perilaku konsumtif sebesar 35.55 %. Dengan menggunakan uji *path analysis* didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.598 dengan perolehan nilai $p = 0.002$ atau $p < 0.05$ artinya adanya hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

Penelitian selanjutnya oleh Kusuma, (2012) dengan judul penelitian “hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa” dengan jumlah sampel 88 mahasiswa. Diketahui ada hubungan negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif artinya

semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin besar peluang individu mengalami perilaku konsumtif maka hipotesis diterima.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif dari beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya kemudian didukung oleh pendapat teori dari para ahli.

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan dalam penelitian yang sudah direncanakan. Penelitian ini dilakukan di Universitas Medan Area yang beralamatkan di Jl. Kolam No. 1/ Jl Gedung PBSI No. 1 Medan Estate, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kab Deli Serdang Sumatra Utara. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi Fakultas Psikologi angkatan 2022.

3.2 Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Azwar, (2020) penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menekankan pada analisis data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika yang akan memperoleh signifikansi dari hubungan antar variabel yang akan diteliti. Penelitian ini termasuk dalam penelitian noneksperimen, dimana peneliti tidak memberikan perlakuan terhadap subjek penelitian.

Metode penelitian ini adalah korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang memiliki kegunaan untuk mencari hubungan antar dua variabel yang akan dicari hubungannya, sehingga diperoleh arah hubungan antara dua variabel atau lebih yang diteliti (Azwar, 2020).

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu diidentifikasi variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel terikat (*Dependent*) : perilaku konsumtif (Y)
2. Variabel bebas (*Independent*) : kepercayaan diri (X)

3.4 Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel penelitian bertujuan untuk mengarahkan variabel penelitian yang digunakan agar sesuai dengan metode pengukuran yang telah disiapkan. Adapun defenisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan hal dalam kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaanya, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status. Menurut Erich Fromm (2017) aspek perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Pembelian impulsif
- b. Pemborosan
- c. Pembelian tidak rasional

2. Kepercayaan Diri

Keyakinan untuk melakukan sesuatu pada diri subjek sebagai karakteristik pribadi yang di dalamnya terdapat keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional, dan realistis. Menurut Lautser (dalam Hidayati & Savira, 2021) aspek kepercayaan diri sebagai berikut :

- a. Optimis
- b. Objektif

- c. Keyakinan kemampuan diri
- d. Bertanggung jawab
- e. Rasional dan realistis

3.5 Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Adapun populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi aktif Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 dengan jumlah 285 orang .

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2020) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 yang ditentukan dengan cara screenig test. Artinya dari 285 jumlah mahasiswi psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 ini akan diberikan beberapa pernyataan yang berhubungan dengan skala kepercayaan diri dan perilaku konsumtif, kemudian diambil mahasiswi yang kecenderungan perilaku konsumtif berdasarkan karakteristik yang sudah ditentukan. Sehingga sampel yang diperoleh dari hasil screening test adalah 71 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan purposive sampling. Alasannya karena menyadari luasnya keseluruhan populasi serta keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, maka sampel yang dipilih adalah sebagian dari

keseluruhan populasi. Penentuan sampel dilandasi tujuan dan pertimbangan tertentu terlebih dahulu oleh karena itu pengambilan sampel didasarkan padamaksud yang telah ditetapkan sebelumnya (Yusuf, 2014). Melihat keterbatasan peneliti dan pendekatan penelitian yang digunakan maka subjek penelitian ini ditentukan berdasarkan pada karakteristik atau ciri-ciri yang ada dibawah ini:

- a. Mahasiswi aktif kelas pagi
- b. Mahasiswi stambuk 2022
- c. Berjenis kelamin perempuan
- d. Mahasiswi yang sering berbelanja

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam menentukan hasil penelitian ini, maka digunakan metodologi pengumpulan data dengan menggunakan skala Kepercayaan diri dan skala Perilaku konsumtif. Untuk mengungkap kepercayaan diri menggunakan skala kepercayaan diri. Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek menurut Lautser (dalam Hidayati & Savira, 2021). Untuk mengungkap perilaku konsumtif menggunakan skala perilaku konsumtif. Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek menurut Erich Fromm (2017).

Model skala yang digunakan adalah skala model likert dengan 4 pilihan jawaban, yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Pernyataan disusun dalam bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Nilai yang diberikan untuk jawaban *favorable*, yakni Sangat Sesuai (SS) diberi skor 4, Sesuai (S) diberi skor 3, Tidak Sesuai (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1 dan pada aitem *unfavorable*, pemberian skor berlaku sebaliknya.

Berdasarkan cara penyampaiannya, skala yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis skala langsung. Skala diberikan secara langsung dan subjek diminta untuk memilih salah satu dari alternative jawaban yang telah disediakan. Adapun item-item dari skala tersebut disajikan dalam bentuk pernyataan yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*.

3.7 Validitas dan Reabilitas Alat Ukur

1. Uji Validitas

Menurut Azwar, (2020) Validitas adalah ketepatan dan kecermatan skala dalam menjalankan fungsi ukurannya. Skala dapat dikatakan valid apabila struktur seluruh aspek, indikator, dan aitem-aitemnya telah membentuk suatu konstruk yang akurat bagi atribut yang diukur (Azwar, 2020).

Dalam penelitian ini menggunakan validitas *Cronbach* yang menguji bahwa koefisien tersebut daya diskriminasi aitem dinilai memuaskan apabila berkisar antara 0,30 hingga 0,50. Namun apabila daya beda suatu aitem kurang dari 0,30 maka dapat dikatakan bahwa aitem tersebut tidak memuaskan dan tidak memadai. (Azwar, 2020)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar, (2020) Reliabilitas adalah keterpercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran yang dilakukan dengan eror pengukuran kecil. Reliabel dalam suatu skala pengukuran ditelusuri dalam rangka membuktikan apakah skala tersebut memiliki kualitas baik atau tidak.

Koefisien reliabilitas dengan angka 0,000-0,200 berarti interpretasi reliabilitas sangat rendah, jika angka 0,200-0,400 berarti interpretasi reliabilitas rendah, jika angka 0,400-0,600 berarti interpretasi reliabilitas sedang, jika angka 0,600-0,800 maka interpretasinya cukup namun, jika angka 0,800-1,000 berarti interpretasi reliabilitasnya tinggi. Suatu skala dikatakan semakin reliabel apabila dalam pengukurannya didapatkan koefisien reliabilitas dengan angka yang mendekati 1000, Begitu pula sebaliknya, suatu skala dikatakan kurang reliabel apabila dalam pengukuran didapatkan koefisien reliabilitas yang semakin kecil mendekati 0,000. (Azwar, 2020).

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel memiliki hubungan dengan satu atau lebih variabel lain yang didasarkan pada koefisien korelasional atau Uji Normalitas (Azwar, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan negatif antara kepercayaan diri dan perilaku konsumtif atau Uji Linearitas. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis korelasional dengan *teknik Pearson product moment* dengan bantuan program software IBM *SPSS Statistics versi 25.0 for windows*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan dengan perolehan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, diperoleh simpulan penelitian bahwa terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi Universitas Medan Area. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar $=0,709$ dengan signifikan $p=0,000$ ($p<0,010$). Dari hasil korelasi tersebut, dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima yaitu semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, begitupun sebaliknya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

Pada variabel perilaku konsumtif memiliki nilai mean hipotetik sebesar 70 lebih kecil dari nilai mean empirik sebesar 80,55 berada diantaranya serta SD dari perilaku konsumtif adalah 6,152 maka dinyatakan dalam kategori tinggi. Dan untuk kepercayaan diri dinyatakan dalam kategori rendah karena nilai mean hipotetik sebesar 70 lebih besar dari nilai mean empirik 63,94 berada diantara nilainya serta SD dari variabel kepercayaan diri adalah 5,787.

Dalam penelitian ini nilai koefisien determinan (r^2) dari hubungan antara variabel kepercayaan diri dengan variabel perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 0,502. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan efektif yang diberikan oleh kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif sebesar 50,2%. Artinya masih ada 49,8% lainnya di pengaruhi oleh faktor lainnya. sumbangan efektif yang diberikan

oleh kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif sebesar 50,2%. Artinya masih ada 49,8% lainnya di pengaruhi oleh faktor lainnya.

1.2.Saran

Peneliti dapat memberikan beberapa saran bagi beberapa pihak terkait sesuai dengan simpulan yang telah diuraikan sebelumnya, antara lain.

1. Bagi Responden

Bagi mahasiswi yang menjadi responden diharapkan dapat menganalisis kebutuhan atau mengeluarkan pendapatnya untuk hal penting lainnya, seperti kepentingan dalam perkuliahan . Mahasiswi juga diharapkan agar mampu membatasi diri dalam berperilaku konsumtif seperti membuat skala prioritas.

2. Bagi Fakultas

Memberikan edukasi kepada mahasiswi tentang dampak lingkungan dan sosial dari konsumsi berlebihan serta pentingnya belanja yang berkelanjutan. Mengadakan workshop atau seminar tentang manajemen keuangan pribadi termasuk perencanaan anggaran, menabung dan berinvestasi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya jika ingin melaksanakan penelitian yang sama bisa memperluas subjek pada mahasiswa laki-laki, melihat bahwa penelitian ini sekadar memfokuskan pada kalangan akademisi berjenis kelamin perempuan. Selain itu dapat melaksanakan penelitian tentang perilaku konsumtif dengan variabel-variabel lain sesuai

dengan fenomena yang terjadi seperti motivasi, harga diri, kepribadian, kebudayaan dan kelas sosial.



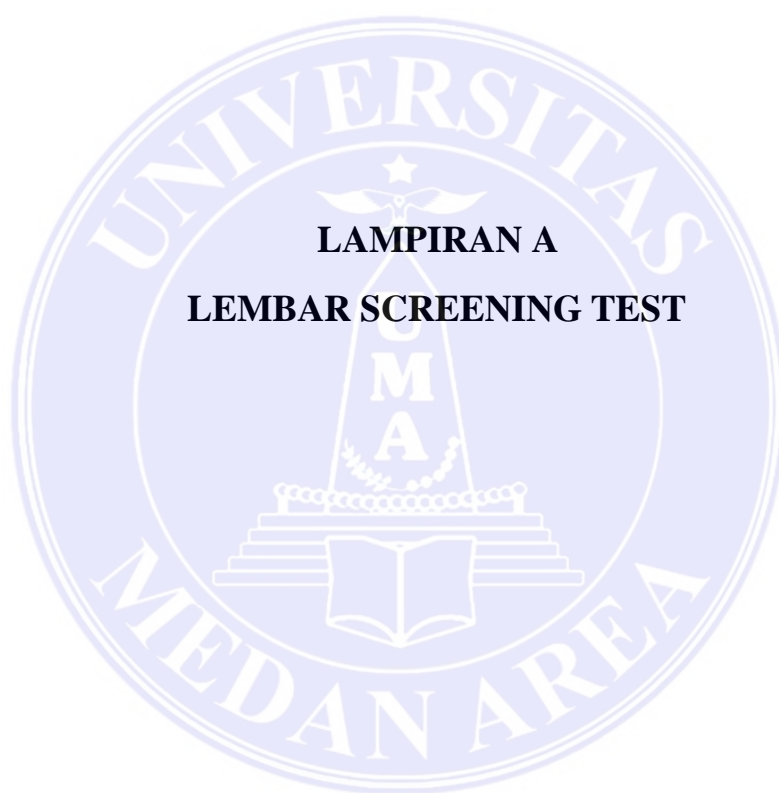
DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A., Utomo, S., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264.
- Ahmad, Hidayat, dan C. K. (2016). Pengaruh Konsep Diri dan Kepercayaan Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau. *Jurnal An Nafs*, 10(1).
- Amandha, U. &, & Ifdil. (2016). Konsep Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(2), 43–52.
- Arifa, E., & Guspa, A. (2022). Kontribusi Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Skincare Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Journal of Multidisciplinary Research Dan Development*, 5(1), 702–707.
- Arsyad Rijal, A. F., Anisah, L., & Widjanarko, M. (2021). Hubungan Antara Konformitas Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Yang Terjadi Pada Anggota Komunitas Vanshead Kendal. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*, 7(3), 37–45.
- Assauri S. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2020). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Azzama, A., Studi Psikologi, P., & Kedokteran, F. (2017). Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Banda Aceh. *Jurnal Psikoislamedia*, 1(2).
- Bachtiar, A. (2023). *Obat Minder Rahasia Menjadi Pribadi Percaya Diri, Berani Tampil Beda dan Dikagumi*. Araska.
- Dikria, O. dan S. U. M. W. (2016). (2013). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal JPE*, 9(2).
- Dunning, d. (2016). Self-Image Motives and Consumer Behavior: How Sacrosant Self-Beliefs Sway Preferred in the Marketplace. *Consumer Psychology*, 17(4), 237–249
- Engel, Blackwell F J, Winiard D R, Budijanto W P, & F.X. (2018). *Perilaku konsumen* (Jilid edis). Binarupa Aksara.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1).
www.ijsrp.org

- Erich Fromm, L. A. A. (2017). *The Sane Society*.
- Ghufron M. Nur, & Risnawati Rini. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media
- Girindra, A., Weliangan, H., & Pardede, Y. O. K. (2018). Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 143–152.
- Haryani I, & H. J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Hidayat K, Bashori K, & Dwiasri O M. (2016). *Psikologi Sosial Aku, Kami, dan Kita*. Penerbit Erlangga.
- Hidayati, S. R. N., & Savira, S. I. (2021). Hubungan Antara Konsep Diri dan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Moderator Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(03), 1–11.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Islam, Vol 9*(No 2), 130–139.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139.
- Kusuma Ratna A, & Afdliah R. (2012). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Pikostudia Universitas Mulawarman*, 1(1).
- Lathifatul, A. (2018). Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Menggunakan Produk Pemutih Wajah. *Jurnal Riset Psikologi*, 3 No 3.
- Lestari, D. A., & Aseli, E. A. (2022). Meningkatkan Kepercayaan Diri Pada Anak Melalui Platform Youtube. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 98–104.
- Murasmutia, A., Hardjajani, T., & Nugroho, A. A. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Pakaian pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa*, 4.
- Naomi S & Antonio N, A. EL, & Ronald C Fanggidae, dan P. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *Journal Of Management*, 11(1), 49–

64.

- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Jurnal Psikoborneo*, 6(1), 92–100.
- Pratama, H. S. (2017). Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool di Bekasi. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 138–147.
- Pratiwi, I. D., & Laksmiwati, H. (2016). Kepercayaan Diri Dan Kemandirian Belajar Pada Siswa SMA Negeri “X.” *Psikologi Teori Dan Terapan*, 7(1), 43–49.
- Ridha. (2012). *Sosiologi Waktu Senggang: Eksploitasi dan Komodifikasi Perempuan di Mal*. Resistbook.
- Rombe S. (2014). Hubungan Body Image Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Jurnal Psikoborneo*, 1(4), 228–239.
- Sa’adah, D. N., & Handayani, A. (2021). Kelompok, Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Konformitas UNISSULA, dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Bidikmisi. *Psikologi*, 3, 224–223.
- Satwika, S. W. D. Y. W. (2021). Hubungan Antara Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Perempuan. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(7), 197–203.
- Siallagan, Ance M. Derang, I. P. G. N. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STIKes Santa Elizabeth Medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8(1), 54–61.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2017). *Terperangkap dalam Ilkan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Penerbit Alfabet.
- Suminar E, & M. T. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02), 145–152.
- Widyaningrum, S., Wayan, N., & Puspitadewi, S. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 6(2), 2087–1708.
- Wulandari, E. (2019). *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU*.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Group, Gabungan*. Prenadamedia.



LAMPIRAN A
LEMBAR SCREENING TEST

Lampiran 1 Lembar Screening Test

Pernyataan ini ditunjukkan kepada Mahasiswi Universitas Medan Area Fakultas Psikologi Angkatan 2022. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam pertanyaan ini, sehingga saudara (i) dapat mengisi sesuai dengan yang dirasakan saat ini/ yang pernah dialami dengan sejujur-jujurnya . Data dan informasi yang telah diberikan akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Identitas Diri

Nama :

Usia :

Kelas :

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merasa kurang realistik dalam berbelanja		
2.	Saya tergolong orang yang tidak hemat		
3.	Saya lebih mudah tergoda iklan untuk membeli barang hanya karena membuat penampilan saya menjadi percaya diri		
4.	Saya merasa puas ketika belanja barang yang membuat saya terlihat menarik		
5.	Saya tidak mempertimbangkan uang yang harus dikeluarkan untuk membeli barang yang mendukung penampilan saya		
6.	Menurut saya barang yang bagus membuat saya tampil menjadi lebih percaya diri		
7.	Saya sering membeli barang yang trendy untuk menunjang penampilan saya		
8.	Meskipun harganya mahal, saya senang membeli produk demi meningkatkan rasa percaya diri.		

Keterangan Hasil Screening:

Kriteria Skor	Jumlah
Tinggi	71
Sedang	90
Rendah	124
Total	285

Rentang Skor	Kriteria
Skor 1-3	Rendah
Skor 4-5	Sedang
Skor 6-8	Tinggi



LAMPIRAN B
ALAT UKUR LEMBAR SKALA

Lampiran 2 Alat Ukur Lembar Skala

SKALA PENELITIAN

Nama/inisial :

Jenis kelamin :

Stambuk :

Petunjuk Pengisian

Dibawah ini terdapat pernyataan yang berkaitan dengan kondisi Anda dan pahami baik-baik setiap pernyataan. Kemudian berikan **tanda ceklis (✓)** pada kolom yang sesuai dengan jawaban Anda. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian skala ini. Semua jawaban yang Anda berikan adalah **BENAR**, sesuai dengan yang dirasakan saat ini dengan sejujur-jurunya. Data dan informasi yang diberikan akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiannya. Atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Asapaun pilihan jawaban tersebut adalah:

SS : jika **SANGAT SETUJU**

S : jika **SETUJU**

TS : jika **TIDAK SETUJU**

STS : jika **SANGAT TIDAK SETUJU**

SKALA PERILAKU KONSUMTIF

NO	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Ketika melihat produk baru favorit saya langsung membelinya				
2.	Saya membeli barang-barang mewah kapanpun untuk tampil lebih percaya diri				
3.	Saya tidak terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu				
4.	Saat berbelanja saya suka membeli barang secara berlebihan				
5.	Saya membeli barang sesuai kebutuhan bukan berdasarkan trend				
6.	Saya mudah membeli barang karena kemasannya menarik				
7.	Meskipun tertarik dengan barang-barang mewah saya tidak langsung memutuskan untuk membelinya				
8.	Saya tidak tergiur dengan produk diskon				
9.	Saya membeli barang-barang trend untuk meningkatkan rasa percaya diri				
10.	Ketika membeli barang saya memikirkan harganya terlebih dahulu				
11.	Saya tidak mudah tertarik dengan barang hanya dari kemasannya saja				
12.	Saya tidak perlu berpikir panjang saat membeli barang yang sedang trend				
13.	Saya mengutamakan kecocokan harga dalam membeli suatu barang				
14.	Saya selalu memikirkan terlebih dahulu kegunaan barang-barang yang akan dibeli				
15.	Saat melihat teman membeli produk baru, saya juga ikut membeli walaupun tidak membutuhkan				
16.	Saya tidak akan membeli barang yang sama dengan teman				
17.	Saya merasa boros dalam menggunakan uang untuk berbelanja				
18.	Saya kurang tertarik membeli produk demi penampilan fisik				
19.	Saya suka berbelanja produk-produk yang bermerk				
20.	Saya tidak suka berbelanja demi kesenangan semata				
21.	Saya sulit mengontrol perilaku berbelanja				
22.	Langsung membeli produk yang saya suka				
23.	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana				
24.	Saya sering berbelanja produk hanya karna diskon				
25.	Saya selalu mencatat pengeluaran saat berbelanja				
26.	Saya membeli barang-barang yang sedang trend				
27.	Saya tidak suka barang bermerk				
28.	Saya tidak mudah terpengaruh dengan trend yang ada				

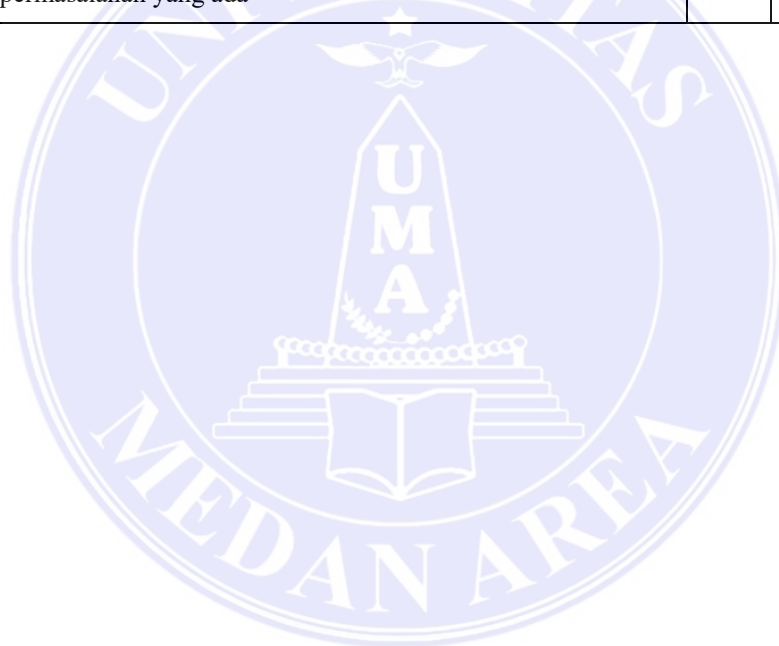
29.	Membeli barang untuk memuaskan hati dan keinginan saya				
30.	Saya membeli produk yang sama dengan merk yang berbeda				
31.	Saya cukup membeli satu produk yang sama				
32.	Saya senang membeli produk yang menunjang penampilan fisik saya				
33.	Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan/kegunaan				
34.	Saya tidak suka berbelanja demi kesenangan semata				
35.	Saya senang membeli produk mahal yang sedang trend				
36.	Merasa puas ketika membeli barang yang dapat menunjang penampilan saya				



SKALA KEPERCAYAAN DIRI

NO	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya akan terus berusaha sampai berhasil dengan baik				
2.	Saya selalu khawatir tentang penampilan fisik				
3.	Keberadaan saya selalu diterima dilingkungan manapun				
4.	Saya merasa semua yang dilakukan untuk mengatasi masalah akan sia-sia				
5.	Yakin usaha saya akan berhasil				
6.	Saya merasa teman-teman kurang menerima karena penampilan fisik yang kurang menarik				
7.	Saya dapat menerima kritikan dari teman-teman mengenai penampilan fisik saya				
8.	Walaupun bentuk badan saya berbeda dengan teman-teman, tetapi dapat bergaul dengan baik				
9.	Saya tidak akan mengur teman saya meskipun ia berbuat salah				
10.	Merasa keberadaan saya ditolak oleh teman-teman				
11.	Saya selalu merrasa jawaban saya tidak pernah benar				
12.	Jika ada yang berbuat salah, saya akan menegurnya meskipun dia adalah teman dekat				
13.	Saya kurang menerima kritikan dari orang lain mengenai diri				
14.	Ketika pendapat saya tidak diterima oleh kelompok, maka berpikir bahwa ada pendapat lain yang lebih baik				
15.	Meskipun diremehkan saya tetap yakin pada diri sendiri				
16.	Lebih baik meminta bantuan orang lain daripada saya mengerjakan pekerjaan dengan banyak kesalahan				
17.	Meskipun mendapat komentar negatif tentang penampilan saya tetapi yakin pada kualitas yang dimiliki				
18.	Berani mengambil keputusan yang menurut saya baik tanpa harus meminta pendapat dari orang lain				
19.	Saya tidak yakin dengan semua kemampuan yang dimiliki				
20.	Saya merasa tidak percaya diri ketika diremehkan				
21.	Saya berani mengakui kesalahan meskipun kesalahan itu tidak disengaja				
22.	Saya bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan				
23.	Saya siap menerima hukuman yang diberikan orang tua jika melakukan kesalahan				
24.	Saya mencari alasan jika berbuat salah, agar tidak dihukum				
25.	Jika berbuat salah, saya akan mengakuinya				
26.	Saya tidak berani menerima resiko atas perbuatan yang dilakukan				

27.	Saya membela diri jika ada yang menyalahkan karena perbuatan yang salah				
28.	Saya cenderung mengingkari kesalahan sendiri				
29.	Saya selalu teliti setiap kali mengerjakan suatu pekerjaan				
30.	Saya selalu berhati-hati dalam menentukan Solusi pada suatu permasalahan				
31.	Tidak dapat menerima penampilan fisik saya				
32.	Saya dapat menerima kekurangan mengenai diri saya				
33.	Saya menjawab semua tugas tanpa mencari kebenaran dari jawabannya				
34.	Saya menentukan Solusi tanpa pertimbangan yang mendalam				
35.	Saya berusaha menaritahu fakta terlebih dahulu sebelum membuat kesimpulan dari permasalahan yang terjadi				
36.	Saya langsung membuat kesimpulan tanpa melihat permasalahan yang ada				





Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah

Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	28	30	31	32	33	34	35	36		
1	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	
2	4	4	3	2	2	3	1	3	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	
3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	4	2	2	4	3	4		
4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	4	3	1	2	3	2	1	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3		
5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	1	4	4	4	4	3	1	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4		
6	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	1	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	3	3		
7	4	3	1	4	3	4	2	2	2	3	1	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	2		
8	3	4	3	4	1	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	
9	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4		
10	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	2	1	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	1	4	3	
11	4	3	4	4	2	4	2	4	2	2	2	3	1	3	3	4	4	3	4	2	4	3	2	3	1	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3		
12	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3		
13	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	1	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
14	3	3	3	2	4	3	4	4	3	1	2	3	4	4	4	2	4	3	3	2	3	3	1	3	4	4	4	4	3	3	3	4	1	2	3	4		
15	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	2	4		
16	4	3	4	3	2	2	4	4	4	1	4	3	4	4	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4		
17	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4		
19	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	1	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3		
20	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4	4	4	1	3	4	3	3	3	1	3	2	4	3	4		
21	4	4	2	2	4	4	3	2	4	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	1	4	3	1	4	4	4	2	
22	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	4	2	3	4	4	4	3	3		
23	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	1	4	3	4	4	4		
24	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3		
25	4	3	3	1	3	4	2	4	3	3	4	4	1	4	4	1	3	3	3	4	3	4	2	2	1	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4		

26	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	1	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
27	3	3	2	3	3	3	1	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	4	
28	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	
29	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	
30	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2	4	4	2	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	

Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	TOTAL
1	4	4	3	4	4	4	4	3	4	1	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	128
2	3	4	3	2	2	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	123
3	2	3	4	4	3	3	3	4	1	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	114
4	4	2	4	4	3	4	4	1	4	3	2	3	3	3	4	1	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	1	2	4	3	3	4	3	4	116
5	3	4	2	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	119	
6	3	2	1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	115
7	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	127
8	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	126
9	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	1	3	4	4	2	2	3	4	3	2	2	4	4	4	3	4	2	2	4	4	115
10	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	128
11	3	4	2	1	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	119
12	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	133
13	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	126
14	4	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	4	2	4	2	4	3	3	4	3	4	2	3	1	4	3	3	4	4	4	4	1	3	4	4	117
15	4	3	3	3	4	4	4	1	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	1	1	4	4	4	3	3	4	4	4	123
16	4	4	3	4	4	1	4	4	3	2	1	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	1	4	4	123
17	3	3	4	2	3	3	4	2	2	1	3	3	4	2	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	116
18	4	4	1	3	1	3	1	4	4	4	4	1	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	1	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	147
19	4	4	4	4	2	1	3	4	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	4	3	4	4	1	2	3	3	4	2	4	2	4	112
20	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	113

21	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	2	4	4	4	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3	118	
22	4	4	3	2	2	3	1	3	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	114
23	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	4	2	2	4	3	4	116		
24	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	4	3	1	2	3	2	1	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	115	
25	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	1	4	4	4	4	3	1	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	116	
26	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	1	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	3	3	121	
27	4	3	1	4	3	4	2	2	2	3	1	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	2	111	
28	3	4	3	4	1	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	117
29	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	115	
30	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	2	1	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	1	4	3	107
31	4	3	4	4	2	4	2	4	2	2	2	3	1	3	3	4	4	3	4	2	4	3	2	3	1	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	110	
32	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	122	
33	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	1	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	112
34	3	3	3	2	4	3	4	4	3	1	2	3	4	4	4	2	4	3	3	2	3	3	1	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	2	3	4	110
35	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	3	2	4	118	
36	4	3	4	3	2	2	4	4	4	1	4	3	4	4	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	119	
37	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	116	
38	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	1	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	121	
39	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4	4	1	3	4	3	3	3	3	1	3	2	4	3	4	115	
40	4	4	2	2	4	4	3	2	4	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	1	4	3	1	4	4	4	2	117	
41	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	4	2	3	4	4	4	3	3	3	125	
42	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	1	4	3	4	4	4	125	
43	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	120	
44	4	3	3	1	3	4	2	4	3	3	4	4	1	4	4	1	3	3	3	4	3	4	2	2	1	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	111	
45	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	1	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	120	
46	3	3	2	3	3	3	1	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	4	111	
47	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	119	
48	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	120	
49	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2	4	4	2	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	112	
50	3	3	2	4	2	3	2	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	120	

51	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	1	3	3	4	3	4	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	120	
52	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	1	4	2	3	4	3	2	4	114	
53	3	4	1	3	2	3	2	2	4	3	2	4	3	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	1	4	4	4	3	4	3	4	4	112	
54	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	1	2	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	113	
55	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	2	2	4	3	4	3	4	3	4	114	
56	3	4	2	3	2	4	3	3	4	1	2	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	1	4	4	112
57	4	4	2	4	1	3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	109
58	4	4	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	124	
59	4	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	1	3	3	2	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3	107	
60	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	1	2	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4	108	
61	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	2	4	4	4	4	123	
62	3	4	1	4	1	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	124	
63	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	1	4	4	4	4	3	2	3	1	4	2	122	
64	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	118	
65	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	118	
66	4	4	4	2	3	4	3	2	4	1	3	4	1	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	124	
67	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	1	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	2	4	122
68	2	3	3	4	3	3	4	2	2	4	2	1	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	113
69	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	117
70	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	113	
71	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	123

Tabulasi Data Mentah Kepercayaan Diri

Skala Kepercayaan Diri Sebelum Uji Coba

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
1	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3

4	4	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4									
5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4							
6	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4						
7	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	4	4					
8	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4					
9	4	1	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4			
10	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2			
11	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3			
12	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3			
13	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4		
14	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3			
15	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4			
16	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4			
17	4	4	4	3	4	3	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4			
18	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	4	4			
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	4	3	4	1	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	1	4		
20	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4		
21	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3		
22	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4		
23	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3		
24	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4			
25	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3		
26	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
27	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3		
28	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	
29	4	4	3	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	
30	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2

Skala Kepercayaan Diri Setelah Uji Coba

UNIVERSITAS MEDAN AREA

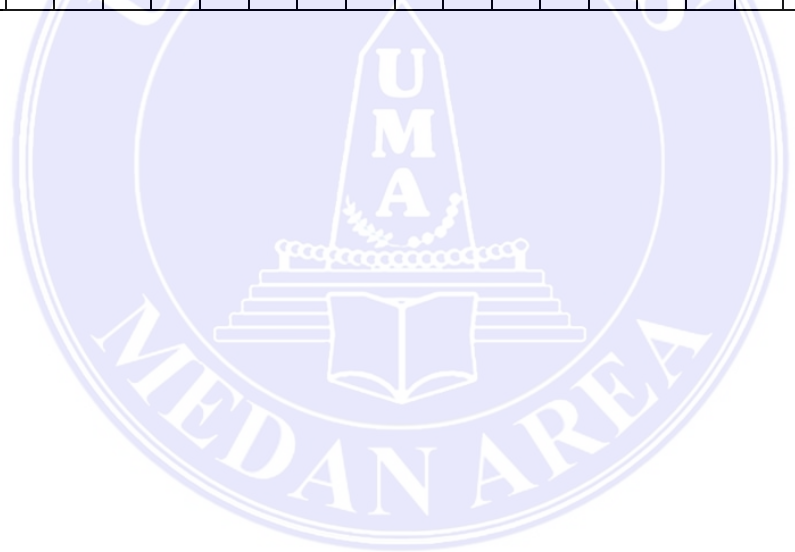
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Total
1	4	4	3	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	128
2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	130
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	126
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	129
4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	123
6	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	126
7	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	128	
8	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	127
9	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	124
10	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	126
11	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	126
12	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	128
13	4	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	129
14	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	127
15	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	128
16	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	130
17	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	122
18	4	1	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	126
19	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	130
20	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3	122
21	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	116
22	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	128
23	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	124
24	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	127
25	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	118
26	4	4	4	3	4	3	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	120
27	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	1	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	4	4	125
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	4	3	4	1	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	1	4	125
29	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	124
30	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	125

31	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	125	
32	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	117	
33	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	121		
34	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	121		
35	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	125		
36	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	127	
37	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	123		
38	4	4	3	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	122	
39	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	127	
40	4	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	124	
41	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	125	
42	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	126	
43	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	117	
44	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	1	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	123		
45	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	129	
46	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	123
47	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	3	4	4	128	
48	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	127	
49	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	124	
50	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	126	
51	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	1	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	119	
52	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	1	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	4	122	
53	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	126
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	129
55	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	4	4	3	3	3	4	3	125	
56	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	132	
57	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	128	
58	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	129	
59	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	125	
60	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	127	
61	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	127	

62	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	128
63	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	129	
64	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	122	
65	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	132	
66	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	123	
67	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	2	3	3	4	4	4	4	121	
68	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	132
69	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	125	
70	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	126
71	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	126





Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Skala Kepercayaan Diri Sebelum Uji Coba

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.814	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KD1	3.63	.485	30
KD2	3.44	.649	30
KD3	3.51	.504	30
KD4	3.45	.693	30
KD5	3.48	.557	30
KD6	3.55	.580	30
KD7	3.48	.673	30
KD8	3.42	.690	30
KD9	3.45	.628	30
KD10	3.48	.582	30
KD11	3.51	.557	30
KD12	3.48	.714	30
KD13	3.44	.626	30
KD14	3.51	.504	30
KD15	3.46	.556	30
KD16	3.44	.626	30

KD17	3.39	.746	30
KD18	3.39	.686	30
KD19	3.55	.580	30
KD20	3.54	.581	30
KD21	3.46	.605	30
KD22	3.37	.660	30
KD23	3.39	.665	30
KD24	3.45	.693	30
KD25	3.48	.606	30
KD26	3.45	.672	30
KD27	3.56	.579	30
KD28	3.51	.606	30
KD29	3.42	.690	30
KD30	3.55	.555	30
KD31	3.45	.604	30
KD32	3.52	.582	30
KD33	3.55	.555	30
KD34	3.49	.582	30
KD35	3.52	.606	30
KD36	3.58	.577	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KD1	121.72	12.148	-.028	.807
KD2	121.92	12.193	.372	.888
KD3	121.85	11.419	.381	.878
KD4	121.90	10.576	.374	.853
KD5	121.87	11.969	.302	.818
KD6	121.80	12.418	-.114	.874
KD7	121.87	11.998	.335	.803
KD8	121.93	11.838	.305	.816
KD9	121.90	11.147	.378	.895

KD10	121.87	11.769	.345	.835
KD11	121.85	11.476	.333	.867
KD12	121.87	12.027	-.050	.895
KD13	121.92	12.021	.329	.806
KD14	121.85	12.104	-.020	.810
KD15	121.89	12.244	.368	.892
KD16	121.92	11.393	.319	.869
KD17	121.96	11.555	.335	.837
KD18	121.96	11.927	.323	.808
KD19	121.80	10.989	.350	.818
KD20	121.82	11.780	.343	.834
KD21	121.89	12.187	-.063	.893
KD22	121.99	11.957	.323	.808
KD23	121.96	12.555	.350	.854
KD24	121.90	11.204	.330	.881
KD25	121.87	12.741	-.189	.844
KD26	121.90	13.204	.380	.800
KD27	121.79	11.712	.361	.841
KD28	121.85	12.533	.343	.862
KD29	121.93	12.666	-.174	.841
KD30	121.80	11.675	.381	.847
KD31	121.90	12.347	.301	.878
KD32	121.83	12.714	.384	.848
KD33	121.80	11.961	.305	.819
KD34	121.86	11.837	.328	.828
KD35	121.83	12.171	.359	.894
KD36	121.77	13.006	-.252	.825

$$36 - 8 = 28 \times 4 + 28 \times 1 / 2 = 70$$

Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.801	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3.49	.582	30
PK2	3.63	.541	30
PK3	2.99	.978	30
PK4	3.31	.821	30
PK5	3.04	.885	30
PK6	3.32	.789	30
PK7	3.08	.922	30
PK8	3.23	.831	30
PK9	3.44	.770	30
PK10	3.20	.920	30
PK11	3.03	.910	30
PK12	3.30	.835	30
PK13	3.23	.848	30
PK14	3.21	.844	30
PK15	3.46	.753	30
PK16	3.04	.836	30
PK17	3.34	.861	30
PK18	3.28	.721	30
PK19	3.24	.783	30

PK20	3.28	.848	30
PK21	3.54	.673	30
PK22	3.45	.650	30
PK23	3.07	.961	30
PK24	3.23	.814	30
PK25	3.38	.781	30
PK26	4.01	4.749	30
PK27	3.27	.827	30
PK28	3.24	.836	30
PK29	3.15	.873	30
PK30	3.44	.670	30
PK31	3.30	.705	30
PK32	3.41	.838	30
PK33	3.30	.800	30
PK34	3.10	.864	30
PK35	3.49	.673	30
PK36	3.58	.577	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	115.59	43.874	.308	.820
PK2	115.45	43.108	.332	.840
PK3	116.10	44.776	.352	.815
PK4	115.77	43.920	.342	.811
PK5	116.04	44.955	-.058	.816
PK6	115.76	43.299	.309	.827
PK7	116.00	45.457	-.101	.828
PK8	115.86	43.208	.305	.828
PK9	115.65	42.689	.376	.843
PK10	115.89	44.787	.347	.813
PK11	116.06	41.797	.306	.860
PK12	115.79	47.655	.386	.871
PK13	115.86	42.894	.329	.835

PK14	115.87	44.141	.418	.805 ^a
PK15	115.62	46.039	-.152	.835^a
PK16	116.04	43.098	.314	.830 ^a
PK17	115.75	45.478	-.101	.826^a
PK18	115.80	42.703	.394	.844 ^a
PK19	115.85	42.676	.472	.843 ^a
PK20	115.80	42.903	.328	.834 ^a
PK21	115.55	42.480	.342	.852 ^a
PK22	115.63	45.093	-.053	.810^a
PK23	116.01	47.128	.328	.865 ^a
PK24	115.86	44.894	.346	.811 ^a
PK25	115.70	43.754	.366	.816 ^a
PK26	115.07	31.809	.374	.801 ^a
PK27	115.82	45.609	-.111	.828^a
PK28	115.85	42.990	.324	.833 ^a
PK29	115.93	42.238	.381	.850 ^a
PK30	115.65	42.146	.382	.860 ^a
PK31	115.79	47.340	.387	.860 ^a
PK32	115.68	44.908	-.050	.813^a
PK33	115.79	45.283	.381	.820 ^a
PK34	115.99	42.014	.304	.856 ^a
PK35	115.59	45.074	-.053	.811^a
PK36	115.51	44.539	.323	.804 ^a

$$36 - 8 = 28 \times 4 + 28 \times 1 / 2 = 70$$

Skala Kepercayaan Diri Setelah Uji Coba

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	71	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	71	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KD2	3.13	.877	71
KD3	3.23	.760	71
KD4	3.18	.883	71
KD5	3.06	.876	71
KD7	3.15	.873	71
KD8	2.99	.902	71
KD9	3.21	.715	71
KD10	3.18	.816	71
KD11	3.18	.850	71
KD13	3.07	.867	71
KD15	3.13	.844	71
KD16	3.28	.778	71
KD17	2.97	.941	71
KD18	3.11	.838	71
KD19	3.39	.746	71
KD20	3.28	.848	71

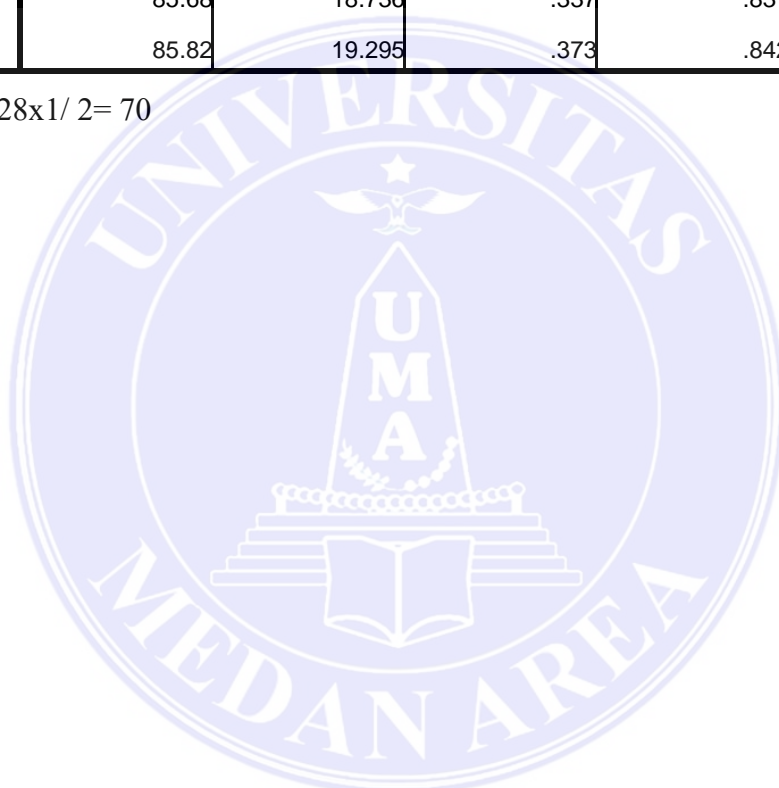
KD22	3.04	.901	71
KD23	3.06	.826	71
KD24	3.27	.810	71
KD26	3.17	.828	71
KD27	3.38	.763	71
KD28	3.28	.848	71
KD30	3.03	.845	71
KD31	3.32	.752	71
KD32	3.08	.874	71
KD33	3.32	.713	71
KD34	3.31	.729	71
KD35	3.17	.878	71

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KD2	85.86	19.694	.324	.862
KD3	85.76	18.528	.360	.854
KD4	85.80	17.903	.309	.835
KD5	85.93	18.495	.331	.822
KD7	85.83	18.257	.465	.816
KD8	86.00	18.200	.463	.816
KD9	85.77	18.520	.376	.815
KD10	85.80	18.446	.455	.810
KD11	85.80	17.361	.400	.872
KD13	85.92	18.421	.344	.867
KD15	85.86	18.351	.360	.813
KD16	85.70	17.040	.389	.823
KD17	86.01	20.014	.566	.883
KD18	85.87	20.284	.597	.887
KD19	85.59	17.988	.451	.843
KD20	85.70	18.783	.340	.812
KD22	85.94	19.225	.368	.840

KD23	85.93	19.066	.335	.825
KD24	85.72	18.720	.518	.805
KD26	85.82	19.523	.497	.849
KD27	85.61	18.128	.322	.833
KD28	85.70	18.783	.400	.812
KD30	85.96	19.527	.399	.850
KD31	85.66	20.798	.372	.873
KD32	85.90	18.233	.367	.817
KD33	85.66	19.970	.354	.862
KD34	85.68	18.736	.337	.831
KD35	85.82	19.295	.373	.842

28x4+ 28x1/ 2= 70



Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	71	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	71	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3.18	.798	71
PK2	3.44	.806	71
PK3	2.99	.978	71
PK4	3.31	.821	71
PK6	3.32	.789	71
PK8	3.23	.831	71
PK9	3.44	.770	71
PK10	3.06	.939	71
PK11	3.03	.910	71
PK12	3.30	.835	71
PK13	3.23	.848	71
PK14	3.21	.844	71
PK16	3.04	.836	71
PK18	3.28	.721	71
PK19	3.24	.783	71
PK20	3.28	.848	71

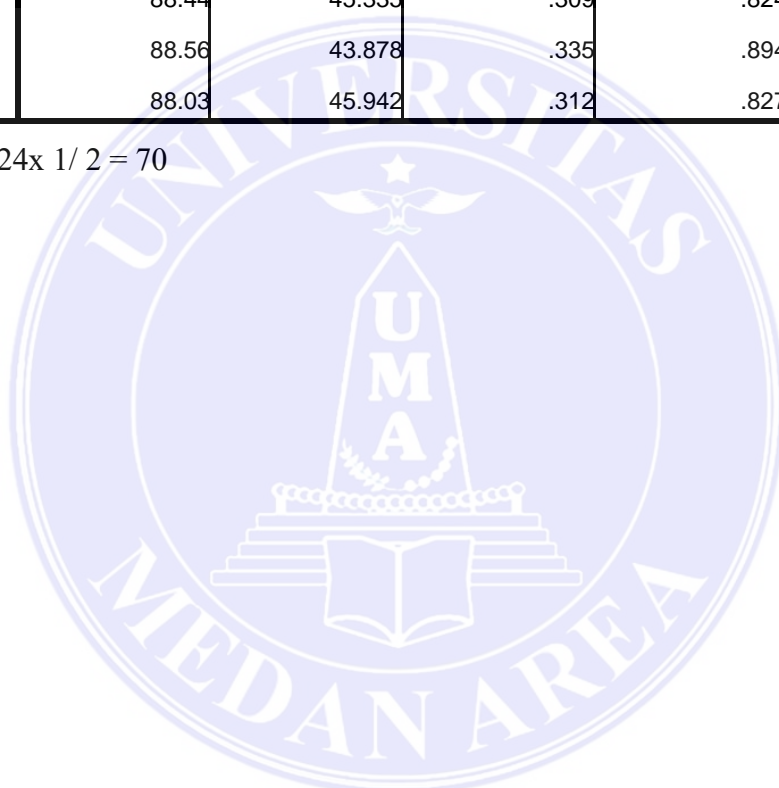
PK21	3.54	.673	71
PK23	2.97	.971	71
PK24	3.23	.814	71
PK25	3.38	.781	71
PK26	4.01	4.749	71
PK28	3.24	.836	71
PK29	3.15	.873	71
PK30	3.44	.670	71
PK31	3.30	.705	71
PK33	3.17	.862	71
PK34	3.04	.869	71
PK36	3.58	.577	71

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	88.42	45.333	.320	.821
PK2	88.17	45.142	.336	.818
PK3	88.62	46.068	.363	.843
PK4	88.30	44.954	.351	.814
PK6	88.28	44.977	.355	.814
PK8	88.38	43.953	.340	.894
PK9	88.17	44.228	.333	.897
PK10	88.55	44.623	.354	.812
PK11	88.58	42.705	.323	.869
PK12	88.31	48.017	.319	.874
PK13	88.38	44.810	.358	.813
PK14	88.39	44.728	.366	.811
PK16	88.56	44.364	.301	.803
PK18	88.32	44.651	.305	.805
PK19	88.37	43.293	.321	.877
PK20	88.32	43.079	.314	.875

PK21	88.07	44.552	.332	.801
PK23	88.63	47.521	.370	.870
PK24	88.38	45.982	.342	.835
PK25	88.23	44.720	.382	.808
PK26	87.59	29.045	.306	.891
PK28	88.37	44.035	.331	.896
PK29	88.45	43.765	.344	.891
PK30	88.17	43.257	.381	.873
PK31	88.31	48.531	.389	.879
PK33	88.44	45.335	.309	.824
PK34	88.56	43.878	.335	.894
PK36	88.03	45.942	.312	.827

$$28x4 + 24x \frac{1}{2} = 70$$





Lampiran 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kepercayaan diri	prilaku konsumtif
N		71	71
Normal Parameters ^a	Mean	63.94	80.55
	Std. Deviation	5.787	6.152
Most Extreme Differences	Absolute	.128	.131
	Positive	.069	.125
	Negative	-.128	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.077	1.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197	.173

Lampiran 6 Uji Linieritas

Report

prilaku konsumtif

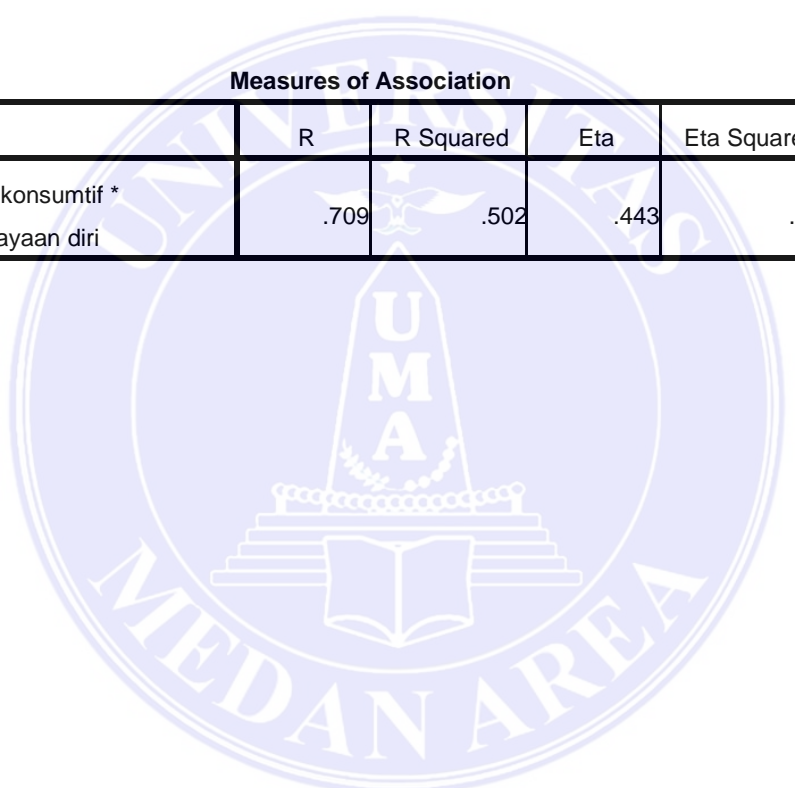
keperca yaan diri	Mean	N	Std. Deviation
85	88.00	1	
87	87.00	1	
88	83.00	1	
90	79.75	4	1.893
91	85.80	5	6.834
92	78.10	10	2.961
93	76.00	5	2.915
94	80.21	14	4.003
95	80.62	8	5.317
96	85.50	8	12.917
97	80.14	7	5.521
98	80.17	6	3.545
99	80.00	1	
Total	80.55	71	6.152

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
prilaku konsumtif * kepercayaan diri	Between Groups	(Combined)	519.205	12	43.267	1.178	.320
		Linearity	116.041	1	116.041	3.159	.081
		Deviation from Linearity	403.164	11	36.651	.998	.460
	Within Groups		2130.373	58	36.731		
	Total		2649.577	70			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
prilaku konsumtif * kepercayaan diri	.709	.502	.443	.196



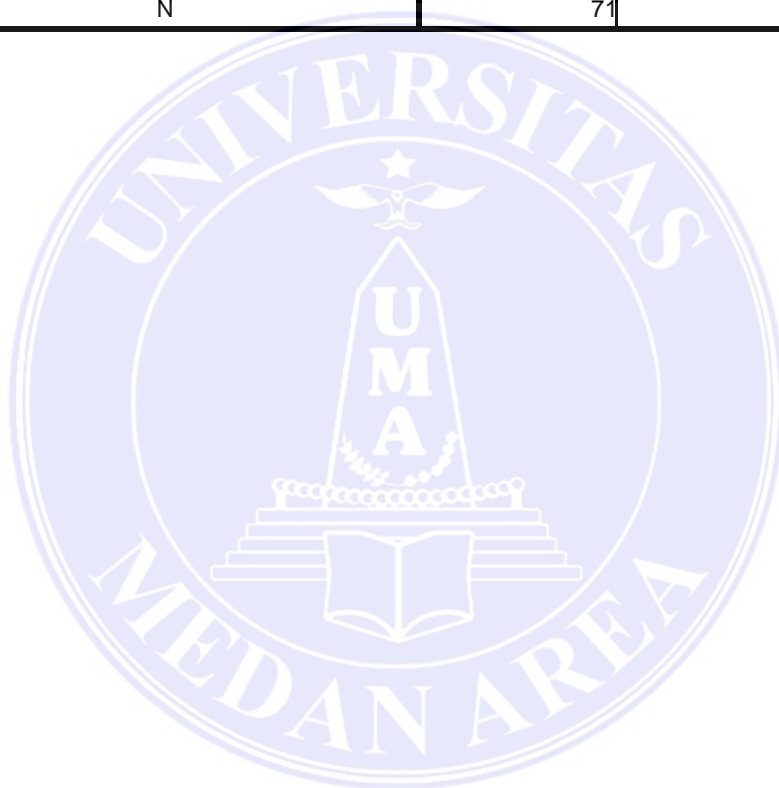


LAMPIRAN F
UJI HIPOTESIS

Lampiran 7 Uji Korelasi Product Moment

Correlations

		kepercayaan diri	prilaku konsumtif
kepercayaan diri	Pearson Correlation	1	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	71	71
prilaku konsumtif	Pearson Correlation	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	71	71





Lampiran 8 Surat Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ✉ (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225802 ✉ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: unv_medansrea@uma.ac.id

Nomor : 1541/FPSI/01.10/V/2024
Lampiran : -
Hal : Penelitian

27 Mei 2024

Yth. Bapak Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perekonomian
Universitas Medan Area
di -

Tempat

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

Nama : Sasti Ananta
NPM : 208600153
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Jl. Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jl. Gedung PBSI, Medan 20223 guna penyusunan skripsi yang berjudul *"Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area"*.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Universitas yang Bapak pimpin.

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

An. Peken
Ketua Program Studi Psikologi

Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolom Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7356878, 7354348 📠 (061) 7360012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Sorayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: uni_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN Nomor : 898/UMA/B/01.7/VI/2024

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Sasti Ananta
No.Pokok Mahasiswa : 208600153
Program Studi : Ilmu Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dengan Judul Skripsi "Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan Skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan sepenuhnya

Medan, 26 Juni 2024.

an Rektor
Wakil Rektor Bidang Mutu SDM &
Ekonomian,



Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA

CC :
- Arsip



CS Dipindai dengan CamScanner