

**PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF PADA PEGAWAI DINAS PARIWISATA KOTA**

**MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**DWI OCTA SILVIA**

**218600285**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/1/26

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 (repositori.uma.ac.id)27/1/26

**PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF PADA PEGAWAI DINAS PARIWISATA KOTA  
MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi

Universitas Medan Area

Oleh:

**DWI OCTA SILVIA**

**218600285**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 27/1/26

Access From (repositori.uma.ac.id)27/1/26

## HALAMAN PENGESAHAN

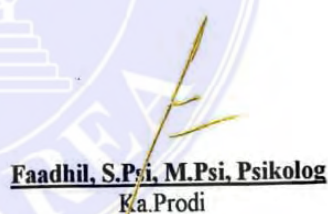
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pegawai  
Dinas Pariwisata Kota Medan  
Nama : Dwi Octa Silvia  
NPM : 218600285  
Fakultas : Psikologi

Disetujui Seminar Hasil Oleh

Komisi Pembimbing



**Khairuddin, S.Psi., M.Psi.**  
Pembimbing

  
**Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog**  
Dekan  
**Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog**  
Ka.Prodi

Tanggal Lulus : 22 Mei 2025

iii

### HALAMAN PERNYATAAN

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

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

Medan, 22 Mei 2025



Dwi Octa Silvia

218600285

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

### AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Dwi Octa Silvia

NPM : 218600285

Program Studi : Psikologi

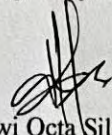
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengahli media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi 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 : 22 Mei 2025

Yang Menyatakan

  
(Dwi Octa Silvia)

# **PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PEGAWAI DINAS PARIWISATA KOTA MEDAN**

**Oleh:**

**DWI OCTA SILVIA  
218600285**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif pada pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan Dinas Pariwisata Kota Medan yang berjumlah 167 pegawai dengan sampel berjumlah 83 pegawai, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala psikologi yang disusun berdasarkan aspek harga diri dan perilaku konsumtif. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier sederhana, didapatkan hasil signifikan regresi  $P = 0,000 < 0,05$ , artinya ada pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif, dan koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,213 dengan sumbangsih sebesar 21,3%. Dengan kata lain, hipotesis diterima. Harga diri tergolong rendah (mean empirik = 37,69 < mean hipotetik = 52,5 dimana selisinya lebih dari bilang SD = 7,277), dan untuk perilaku konsumtif tergolong tinggi (mean empirik = 65,57 > mean hipotetik = 55 dimana selisinya lebih dari bilang SD = 6,129).

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumtif; Harga Diri; Pegawai

# ABSTRACT

## THE EFFECT OF SELF-ESTEEM ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR AMONG EMPLOYEES OF THE MEDAN CITY TOURISM OFFICE

BY:

DWI OCTA SILVIA

NPM: 218600285

*This research aimed to determine the effect of self-esteem on consumptive behavior among employees of the Medan City Tourism Office. This research method used a quantitative approach. The population in this research consisted of 167 employees of the Medan City Tourism Office, with a sample of 83 employees. The sampling technique used in this research was purposive sampling. The measuring instrument used was a psychological scale compiled based on aspects of self-esteem and consumptive behavior. The data analysis method used was simple linear regression analysis. The regression significance result was  $P = 0.000 < 0.05$ , meaning there was an effect between self-esteem and consumptive behavior, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.213, indicating a contribution of 21.3%. In other words, the hypothesis was accepted. Self-esteem was classified as low (empirical mean = 37.69 < hypothetical mean = 52.5, with the difference exceeding  $SD = 7.277$ ), and consumptive behavior was classified as high (empirical mean = 65.57 > hypothetical mean = 55, with the difference exceeding  $SD = 6.129$ ).*

**Keywords:** Consumptive Behavior; Self-Esteem; Employees.



## RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Saentis, Kec. Percut Sei Tuan, pada tanggal 1 Oktober 2002 dari ayah Sudarmin dan ibu Tri Winarni. Peneliti merupakan putri kedua dari 4 bersaudara. Peneliti memiliki 1 orang abang dan 2 orang adik.

Tahun 2014 peneliti lulus dari SD Negeri 105291 Saentis, kemudian pada tahun 2017 peneliti lulus dari SMP Swasta PAB 3 Saentis. Setelah itu pada tahun 2020 peneliti lulus dari SMA Swasta Teladan Medan dan pada tahun 2021 terdaftar sebagai salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah dengan judul “Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan”.

Terima kasih kepada bapak Khairuddin, S.Psi., M.Psi selaku dosen pembimbing penulis dalam penulisan skripsi ini, terima kasih atas waktu dan masukkan yang telah bapak berikan kepada penulis pada saat proses bimbingan berlangsung sampai akhir penelitian. Terima kasih juga kepada susunan penguji ibu Shirley Melita S Meliala, S.Psi., M.Psi, ibu Fikriyah Iftinan Fauzi, S.Psi., M.Psi, dan ibu Anggi Tri Lestari Purba, S.Psi., M.Psi, serta penulis juga berterima kasih kepada seluruh pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan yang telah bersedia bekerjasama untuk penyelesaian penelitian ini. Tidak lupa juga, penulis sangat berterima kasih atas dukungan, dedikasi, serta cinta dan kasih sayang yang diberikan keluarga kepada peneliti, terutama kepada orangtua penulis yaitu Ayahanda Sudarmin dan Ibunda Tri Winarni atas doa yang selalu menyertai, semoga Ayahanda dan Ibunda diberikan kesehatan dan umur yang panjang agar anaknya ini bisa membahagiakannya kelak nanti, Aminn. Penulis juga berterima kasih kepada orang-orang baik yang bersedia meluangkan waktunya untuk *have fun* bersama penulis, sehingga penulis dapat melupakan sejenak masalah yang dimiliki.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu kritikan dan saran yang bersifat mendidik dan dukungan yang membangun senantiasa penulis terima. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 22 Mei 2025

Dwi Octa Silvia

## DAFTAR ISI

|                                                                |      |
|----------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN .....                                     |      |
| HALAMAN JUDUL .....                                            | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                       | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                                       | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....                 | v    |
| ABSTRAK .....                                                  | vi   |
| ABSTRACT .....                                                 | vii  |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....                                     | viii |
| KATA PENGANTAR .....                                           | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                               | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                             | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                            | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                          | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                        | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                       | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                    | 9    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                    | 10   |
| 1.4 Hipotesis Penelitian .....                                 | 10   |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                                   | 10   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                  | 11   |
| 2.1 Perilaku Konsumtif .....                                   | 11   |
| 2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif .....                      | 11   |
| 2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif ..... | 13   |
| 2.1.3 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....                     | 21   |
| 2.1.4 Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif .....                       | 23   |
| 2.2 Harga Diri .....                                           | 27   |
| 2.2.1 Pengertian Harga Diri .....                              | 27   |
| 2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri .....         | 30   |
| 2.2.3 Aspek-Aspek Harga Diri .....                             | 33   |
| 2.3 Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif .....      | 37   |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2.4 Kerangka Konseptual .....                  | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                 | 41 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....          | 41 |
| 3.2 Bahan dan Alat .....                       | 41 |
| 3.3 Metodologi Penelitian .....                | 42 |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....       | 43 |
| 3.5 Prosedur Kerja .....                       | 44 |
| 3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur ..... | 47 |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                 | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....    | 51 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                     | 51 |
| 4.2 Pembahasan .....                           | 58 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....                 | 63 |
| 5.1 Simpulan .....                             | 63 |
| 5.2 Saran .....                                | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                            | 65 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Harga Diri .....      | 52 |
| Tabel 4.2 Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Perilaku Konsumtif... | 52 |
| Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran .....                     | 53 |
| Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Linearitas .....                             | 54 |
| Tabel 4.5 Hasil Analisis Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana .....        | 55 |
| Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik .....                 | 56 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....                   | 40 |
| Gambar 4.1 Kurva Kategorisasi Harga Diri .....         | 57 |
| Gambar 4.2 Kurva Kategorisasi Perilaku Konsumtif ..... | 57 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Data Penelitian .....                   | 67 |
| Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....    | 72 |
| Lampiran 3. Uji Normalitas .....                    | 81 |
| Lampiran 4. Uji Linearitas .....                    | 84 |
| Lampiran 5. Uji Regresi .....                       | 88 |
| Lampiran 6. Alat Ukur Penelitian .....              | 93 |
| Lampiran 7. Surat Keterangan Bukti Penelitian ..... | 98 |



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman seperti sekarang ini sedikit banyaknya membuat perubahan pada diri setiap manusia. Bermula dari yang bersifat sederhana ataupun tradisional berubah menjadi kehidupan yang lebih modern dan memberi pengaruh pada masyarakat dalam sebuah proses transformasi yang berdampak pada perubahan dalam segala aspek arus globalisasi. Hal ini terkadang menyebabkan seseorang menjadi kurang realistis dalam berfikir atau mengambil keputusan dalam mengkonsumsi suatu guna mengikuti gaya hidup tersebut, Putri (Nuraini, 2015). Arus globalisasi juga mengarahkan pola hidup masyarakat *konsumerisme* seperti menjamurnya *shopping mall* sebagai pusat perbelanjaan, gaya hidup dengan konsep industri.

Dinas Pariwisata Kota Medan merupakan unsur pelaksana pemerintahan dan sebagai fasilitator yang menyediakan fasilitas berbagai obyek wisata dan berhadapan langsung dengan masyarakat umum. Dinas Pariwisata Kota Medan terdiri dari beberapa bidang, yaitu bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, bidang Pemasaran Pariwisata, dan bidang Ekonomi Kreatif.

Pada kehidupan saat ini, pegawai tidak terlepas dari pola konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan aktifitas konsumsi yang dilakukannya, serta dapat tergolong berlebihan atau tidak rasional dalam mengkonsumsi suatu barang jasa. Pola konsumsi tersebut membuat pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan berpotensi memiliki perilaku konsumtif, dan juga dapat meningkatkan risiko

pemborosan karena harus mengeluarkan biaya tinggi untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier.

Menurut Watung (2022), mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas, dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, menurut (Sumartono,2002).

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang tetapi telah menggunakan produk dengan jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut, menurut Sumartono dan Djabar (Astuti, 2013).

Adapun ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Sumartono (Aswita, dkk 2022), adalah membeli produk karena adanya tawaran hadiah, membeli produk karena kemasan produk terlihat lebih menarik dan elegan, membeli produk dengan alasan gengsi dan juga penampilan diri, membeli produk dengan pertimbangan harga tersebut dinilai murah dan terjangkau, membeli produk hanya untuk simbol status sosial, munculnya penilaian produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri, memakai produk atas dasar unsur konformitas,

dan mencoba lebih dari dua produk yang sejenis dengan merek-merek yang berbeda.

Perilaku konsumtif ini sering ditemui atau dijumpai pada pegawai yang memang membutuhkan interaksi dengan orang banyak dan tidak dapat dipungkiri bahwa setiap para pegawai memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi baik itu kebutuhan pokok atau primer maupun kebutuhan sekunder. Menurut Assauri (2013) pegawai yang berinteraksi dengan orang banyak akan cenderung menarik perhatian orang lain untuk membuat orang lain percaya dan simpati, sehingga dapat mendorong pegawai untuk melakukan pembelian produk tanpa pertimbangan yang matang.

Pada masa sekarang kebutuhan manusia sangatlah beragam termasuk kebutuhan akan *fashion*, *skincare* dan *make-up* bagi kaum pria dan wanita, karena penampilan yang menarik bagi seorang pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan adalah suatu hal terpenting yang dibutuhkan, karena beberapa pegawai ada yang bekerja dilapangan. Untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya, mereka rela mengeluarkan uang banyak untuk membeli produk-produk yang dapat menunjang penampilannya, terlebih lagi zaman *modern* seperti saat ini penampilan fisik dipandang sangat penting dalam mencapai status sosial yang lebih tinggi.

Douglas dan Isherwood (Putra, dkk 2024), kelas-kelas konsumsi dibagi berdasarkan konsumsi tiga kelompok benda, yaitu: kelompok benda baku yang terkait dengan sektor produksi primer berupa makanan, minuman, *fastfood*, dan lain-lain. Kedua, kelompok peralatan dasar dan teknologi yang terkait dengan sektor produksi sekunder berupa alat transportasi, pakaian, sepatu, sandal, tas,

aksesoris, kosmetik, dan lain-lain. Ketiga, kelompok waktu senggang yang terkait dengan produksi bersifat tersier berupa benda-benda informasi dan komunikasi seperti *smartphone* dan pencarian kesenangan seperti pergi ke *mall*, diskotik, dan olahraga.

Perilaku konsumtif yang tinggi pada pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan memiliki beragam bentuk, salah satu contohnya sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu terdapat perilaku membeli produk karena adanya tawaran hadiah, menurut Sumartono (Aswita, dkk, 2022). Seperti halnya membeli barang secara *online* ataupun *offline*, para pegawai melakukannya untuk membeli pakaian, *skincare*, *make-up*, dll. Terkadang keinginan untuk membeli produk tersebut pada dasarnya tidak ada sama sekali, tetapi karena pengaruh dari penawaran hadiah atau diskon yang ditawarkan maka minat tersebut secara tiba-tiba muncul.

Adapun pegawai melakukan pembelian produk dengan pertimbangan harga tersebut dinilai murah dan terjangkau, sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Sumartono (Aswita, dkk, 2022). Hal tersebut terjadi pada pegawai Dinas Pariwisata, terkadang saat mereka melakukan transaksi pembelian pakaian yang rencananya hanya membeli 2 pcs saja, dikarenakan potongan harga ataupun harga diturunkan oleh penjual maka kuantitas yang mereka beli jadi bertambah.

Hal tersebut dilakukan para pegawai untuk mengatasi stres kerja akibat rasa lelah yang dirasakan pegawai saat sedang bekerja ataupun setelah bekerja. Menurut Putra, dkk (2024), hal ini menunjukkan bahwa individu tidak lagi mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan yang rasional, melainkan lebih

mengikuti *trend* dan memprioritaskan kepuasan pribadi daripada kebutuhan yang sebenarnya dan perilaku konsumtif tersebut merupakan suatu perilaku yang tidak perlu dipupuk dalam diri manusia.

Pola konsumtif yang dimiliki oleh pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan sangat dipengaruhi dengan apa yang ada disekeliling mereka, apa yang didengar dan apa yang dilihat, sehingga mengkonstruksikan pikiran untuk memutuskan apa yang ingin dikonsumsi. Pegawai Dinas Pariwisata memiliki pendapatan dengan gaji yang berbeda dan tergantung jabatan dikantor tersebut, sehingga membuat konsumen memutuskan untuk membelanjakan berdasarkan budget yang ada. Keadaan tersebut tetap membuat pegawai memiliki pola konsumsi yang menunjukkan sifat eksklusif dengan citra yang mahal, lebih mewah, dan memberi kesan berasal dari kelas sosial.

Sesungguhnya perilaku konsumtif memiliki banyak dampak negatif dibandingkan positifnya, dalam psikologi dikenal dengan sebutan *compulsive buying disorder* (penyakit kecanduan belanja) yang artinya sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Keuangan yang dapat dikelola dengan baik menjadi hal penting agar dapat mencapai kesejahteraan secara finansial, tak terkecuali bagi seorang pegawai. Sebagai seseorang yang sudah memiliki pendapatan sendiri, pegawai diharapkan dapat mengelola pendapatannya dengan bijaksana, sehingga terhindar dari gaya hidup konsumtif. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap individu memiliki tuntutan untuk memenuhi kebutuhannya. Jika individu tidak dapat mengendalikannya, maka bisa mengarah pada gaya hidup konsumtif, menurut Barus (2021).

Kebanyakan pegawai Dinas Pariwisata terjebak dalam kehidupan dan pergaulan di kantor. Sebagai pegawai yang harus beradaptasi dengan lingkungan kerja, maka akan terpengaruh dengan gaya hidup orang lain. Ada saja pengeluaran tersier lain yang membuat pegawai Dinas Pariwisata memangkas investasi ataupun tabungannya. Beberapa pegawai pada saat jam istirahat biasanya memilih duduk di kafe dan memesan kopi yang akan mengeluarkan biaya sekitar 50-100 ribu rupiah dari memesan kopi di gerai-gerai kopi. Pegawai Dinas Pariwisata biasanya merasa lebih tenang karena bisa bersantai di kafe sambil meminum kopi yang dipesannya di luar kantor. Adapun perilaku tersebut dilakukan pegawai tiap harinya sehingga dapat menyebabkan masalah keuangan, yang dapat mempengaruhi kinerja mereka.

Perilaku konsumtif pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan terjadi ketika seseorang pegawai menunjukkan pola pengeluaran yang berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan, dengan menggunakan sebagian besar gaji mereka untuk membeli barang-barang yang tidak sejalan dengan kondisi keuangan. Hal tersebut pula menyebabkan pegawai memiliki hutang untuk memenuhi gaya hidup mereka. Perilaku tersebut dapat berdampak negatif pada instansi karena pegawai mengalami penurunan konsentrasi, motivasi, dan produktivitas kerja akibat stres keuangan yang dialaminya, dan dapat meningkatkan stres kerja akibat tekanan finansial dari gaya hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan juga diduga karena adanya keterkaitan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh setiap pegawai yaitu adanya harga diri yang dimiliki pegawai. Seperti kita ketahui, individu yang telah bekerja dan sudah memiliki penghasilan sendiri, dan ditandai

dengan berbagai perubahan, baik dalam aspek fisik, sosial, dan psikologis. Perubahan tersebut upaya dalam mencari kesenangan pribadi karena telah memiliki uang sendiri dan bebas membeli atau melakukan suatu hal. Serta merubah penampilan mereka agar terlihat menarik, diterima kehadirannya dan diakui di lingkungan baru atau disebuah organisasi. Jika perilaku konsumtif tidak dapat dikendalikan, maka perilaku tersebut bisa berdampak negatif bagi individu, tidak hanya bagi individu tetapi juga bagi lingkungan kerja secara keseluruhan.

Faktor-faktor yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal menurut Wardani, dkk (2021), yaitu faktor internal yang termasuk didalamnya motivasi, harga diri, proses belajar, persepsi, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan faktor eksternal antara lain kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi yang dalam hal ini adalah konformitas pada teman sebaya dan keluarga. Seperti dari beberapa faktor internal yang telah diuraikan sebelumnya, salah satu yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah harga diri.

Menurut Baron dan Byrne (Amalia, 2016), mendefinisikan harga diri sebagai penilaian terhadap diri sendiri yang dibuat individu dan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki orang lain yang menjadi pembanding. Selanjutnya menurut Coopersmith (1967) harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu dan biasanya mempertahankan segala sesuatu yang berkenaan dengan dirinya sendiri. Dari konsep tersebut Coopersmith menjelaskan bahwa harga diri mengekspresikan setuju atau tidak setuju dan menunjukkan sikap kepercayaan individu terhadap dirinya untuk menjadi mampu, penting, berhasil dan berharga.

Jadi, harga diri adalah personal *judgment* (penilaian pribadi) mengenai perasaan pantas yang diekspresikan dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya.

Menurut Susanto (2018), menyebutkan aspek-aspek harga diri antara lain yaitu: Kekuatan (*power*) menunjukkan pada adanya kemampuan untuk memengaruhi dan mengendalikan orang lain. Keberartian (*significance*) menunjukkan pada adanya kepedulian, penilaian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Kebajikan (*virtue*) menunjukkan pada adanya kepatuhan mengikuti standar moral dan etika. Terakhir kemampuan (*competence*) mengacu pada adanya kemampuan untuk sukses memenuhi tuntutan prestasi.

Menurut Rombe (Nuraini, 2015), pada masa kini seseorang selalu berusaha untuk mengikuti serta menggunakan barang-barang yang tengah populer, hal ini terjadi karena tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi serta didukung oleh pola konsumsi seseorang yang terbentuk dilingkungan ia berada terutama pada saat individu berada dilingkungan kerja dan dipengaruhi oleh teman kerja. Adapun pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan saling mempengaruhi satu sama lain pada saat berada di lingkungan kerja, karena hal tersebut bentuk keakraban rekan kerja.

Beberapa pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan menganggap bahwa dengan mereka mengkonsumsi barang-barang secara berlebih akan dapat menaikkan derajatnya dilingkungan sosial. Banyak individu yang memiliki perilaku ingin tampil mewah, tetapi sesungguhnya individu tersebut belum mampu untuk itu dan memaksakan diri demi gengsi, Putri (Nuraini, 2015). Maka dari itu para pegawai sangat membutuhkan adanya kemantapan harga diri,

walaupun mereka sudah dewasa tetapi masih ada yang tidak mantap dengan harga diri yang mereka miliki.

Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan yang harga dirinya rendah biasanya akan melakukan berbagai upaya agar dapat diterima dalam lingkungan sosialnya dan cenderung melakukan perilaku konsumtif guna mempertahankan dirinya di depan teman-temannya. Burns (Prawesti, dkk 2016), menyatakan bahwa individu dengan harga diri rendah cenderung tidak dapat mengekspresikan diri dan mengalami hambatan dalam mengungkapkan diri, perasaan, dan pikirannya. Hal tersebut akibat adanya penilaian buruk atau negatif terhadap dirinya sendiri dan orang lain. Individu beranggapan bahwa hubungannya dengan orang lain adalah ancaman. Sikap negatif yang ditujukan kepada orang lain menyebabkan memiliki harga diri rendah.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Dinas Pariwisata Kota Medan, khususnya pada pegawai yang sedang bekerja, diantara mereka banyak dengan mudah untuk membeli barang-barang yang padahal mereka tidak perlukan. Hal tersebut mereka lakukan karena para pegawai ingin mencapai harga diri yang ideal atau standar seseorang yang sudah bekerja. Ketika pegawai yang memiliki harga diri tinggi, maka ia cenderung tidak mudah terpengaruhi dan tidak mudah menghambur-hamburkan uang.

Individu akan memiliki harga diri yang tinggi jika pencapaiannya selaras dengan diri ideal yang diyakininya. Dalam konteks pembelian kompulsif, harga diri menjadi faktor penyebab terjadinya pembelian kompulsif berhubungan dengan paham yang dianut, salah satunya adalah materealistis yang berkaitan dengan harta benda. Dengan demikian, harga diri bisa menjadi faktor penyebab

pembelian kompulsif jika berisi standar kehormatan yang dikaitkan dengan harta benda.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu: *“Apakah ada Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan?”*.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya *“Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan”*.

## 1.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diketahui hipotesis penelitian ini yaitu ada pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif pada pegawai, dengan asumsi negatif yaitu semakin rendah harga diri pegawai maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada pegawai. Sebaliknya, semakin tinggi harga diri pegawai maka semakin rendah perilaku konsumtif pada pegawai.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan penambahan wawasan, khususnya bidang psikologi industri dan organisasi terutama untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap

perilaku konsumtif pada pegawai serta dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif pada pegawai, sehingga dalam proses membeli ataupun menggunakan barang harus dapat membedakan mana kebutuhan yang harus diprioritaskan daripada keinginan semata yang berujung pada perilaku konsumtif.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Perilaku Konsumtif**

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

Menurut Sangadji, dkk (2013), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsian, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Selanjutnya perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Perilaku konsumtif merupakan proses dan aktivitas individu atau kelompok yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Efendi (2011), perilaku konsumtif merupakan perilaku boros yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Menurut Wardani, dkk (2021), menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Menurut Wardani, dkk (2021), mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.

Sedangkan Wardani, dkk (2021), berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif juga menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya.

Menurut Pratiwi, dkk (2022), perilaku konsumtif merupakan tindakan individu secara langsung dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tertentu. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang

memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan, dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja, Pratiwi, dkk (2022).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan, yang tidak direncana, bahkan tidak diperlukan dan hanya keinginan semata.

### **2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan internal, menurut Wardani, dkk (2021) dijabarkan sebagai berikut:

#### **a. Faktor Internal**

##### **1) Motivasi**

Motivasi adalah kekuatan atau dorongan yang mendorong seseorang untuk berperilaku dan memberi arah tujuan hidup seseorang. Motivasi akan mengarah seseorang untuk melakukan perilaku, tidak terkecuali perilaku konsumtif, yang mana individu akan membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berlebihan.

##### **2) Harga diri**

Harga diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada individu.

Seorang individu yang memiliki harga diri yang tinggi akan semakin

tinggi keinginan nya untuk menunjukkan status. Keinginan inilah yang mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

### 3) Proses Belajar

Bila ada pengalaman individu yang menyenangkan terhadap suatu produk maka individu tersebut akan membelinya kembali. Sebaliknya jika ada pengalaman yang kurang menyenangkan akan menjadi pelajaran bagi konsumen untuk tidak membeli produk yang sama.

### 4) Persepsi

Pengamatan sebelum seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli, terlebih dahulu individu tersebut akan mengamati barang yang ingin dibeli. Individu yang tergesa-gesa dalam membeli dapat menyebabkan perilaku konsumtif, hal ini lah yang membuat tingginya perilaku konsumtif pada diri individu karena membeli barang tanpa mengamatinya terlebih dahulu.

### 5) Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai keseluruhan tingkah laku, baik yang nampak maupun yang tidak nampak yang perkembangannya merupakan hasil interaksi berbagai fungsi yang meliputi faktor kognitif, afektif, konatif dan somatik. Kemudian menjadi ciri khas manusia dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial.

### 6) Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai pandangan, penilaian, dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri baik secara fisik, psikis, sosial, maupun moral. Individu yang mempunyai konsep diri negatif cenderung

menggunakan atribut yang digunakan oleh orang lain dengan tujuan untuk mengikuti tren, merasa kurang percaya diri dengan apa yang dimiliki dan selalu membandingkan diri dengan orang lain. Sehingga perilaku konsumtif sangat rentang terjadi pada individu yang memiliki konsep diri yang rendah.

b. Faktor Eksternal

1) Kebudayaan

Kebudayaan yang tercermin dalam cara hidup, kebiasaan dan tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang di pasar sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Salah satu budaya yang sering ditemukan adalah perilaku konsumtif, seorang individu cenderung akan ikut-ikutan dalam mengkonsumsi suatu produk.

2) Kelas sosial

Perilaku konsumtif antara kelas sosial satu dengan yang lain akan berbeda, individu yang memiliki kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal. Sedangkan individu kelas sosial nya menengah cenderung memilih barang untuk memperlihatkan kekayaannya, kebanyakan dari kalangan kelas sosial menengah membeli barang dengan sistem kredit. Beda hal nya dengan kelas sosial rendah, mereka cenderung membeli barang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.

- 3) Kelompok referensi, yang dalam hal ini adalah konformitas pada teman sebaya

Kelompok referensi adalah sebuah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi menghadapkan orang pada tipe dan gaya hidup baru. Kelompok referensi tersebut menciptakan sesuatu untuk penyesuaian yang dapat mempengaruhi pilihan orang terhadap merek dan produk.

- 4) Keluarga

Keluarga sebagai faktor eksternal mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya. Keluarga merupakan sebuah lembaga sosial penting, maka secara konsekuen dapat dikatakan bahwa keluarga merupakan sebuah kelompok referensi yang penting.

Menurut Pratiwi, dkk (2022), mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain yaitu:

- a. Faktor Internal

- 1) Motivasi

Motivasi merupakan suatu dorongan dalam diri manusia untuk melakukan kegiatan-kegiatan agar dapat mencapai tujuannya. Motivasi sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumtif manusia, apalagi zaman modern seperti saat ini seseorang akan ingin terus terlihat lebih baik dari yang lainnya.

- 2) Kepribadian

Setiap manusia selalu memiliki kepribadian yang berbeda. Seseorang yang memiliki kepribadian yang aktif, suka berkumpul dan bergaul, dan suka

dengan keramaian, memiliki potensi bahwa seseorang tersebut akan lebih bersifat konsumtif karena mudah terpengaruh oleh lingkungan di sekitarnya.

### 3) Konsep diri

Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.

#### b. Faktor Eksternal

##### 1) Kebudayaan

Pada aspek perilaku konsumtif, kebudayaan sangat memengaruhi perilaku masyarakat. Misalnya pada dunia perindustrian, pengiklanan harus mengetahui strategi pemasaran agar produk yang telah dikeluarkan dapat diterima oleh kelompok masyarakat.

##### 2) Kelas sosial

Kelas sosial dibagi menjadi tiga kategori yaitu kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah. Keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh kelas sosial. Masyarakat yang berada pada kelas sosial yang sama pada umumnya akan memiliki minat, nilai, dan perilaku yang sama.

##### 3) Keluarga

Dalam perilaku konsumtif seseorang juga dapat dipengaruhi oleh anggota keluarga. Misalnya pengambilan keputusan membeli produk pakaian, maka penjual akan menargetkan produk kepada wanita dalam mengiklankan suatu produk.

Perilaku konsumtif menurut Watung (2022), dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku.

Faktor budaya antara lain terdiri atas:

- 1) Peran budaya, merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Individu mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.
- 2) Sub budaya, setiap budaya terdiri atas sub budaya yang lebih kecil, yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub-budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.
- 3) Kelas sosial pembeli, pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka.

b. Faktor Sosial

- 1) Kelompok acuan, menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka mempengaruhi perilaku dan konsep diri pribadi seseorang dan menciptakan tekanan, dan tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda.
- 2) Keluarga, merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi

pribadi, harga diri, dan cinta, pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

- 3) Peran dan status, peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

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

- 1) Usia dan tahap siklus hidup, Individu membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok.
- 2) Pekerjaan, pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya.
- 3) Keadaan ekonomi, terdiri atas penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau likuid), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung.
- 4) Gaya hidup, gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang, yang berinteraksi dengan lingkungannya.
- 5) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Jenis

kepribadian dengan pilihan produk atau merk yang berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri (citra pribadi) seseorang.

d. Faktor Psikologis

- 1) Motivasi, setiap individu selalu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk.
- 2) Persepsi, individu yang termotivasi pasti bereaksi dan bertindak yang dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi tempat ia tinggal. Persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa.
- 3) Konsep diri, dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya.
- 4) Kepribadian, dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya.
- 5) Pengalaman belajar, sebagai suatu proses yang membawa perubahan dalam *performance* sebagai akibat dari latihan ataupun pengalaman sebelumnya.
- 6) Sikap dan keyakinan (agama), sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka. Secara emosional tindakannya cenderung kearah berbagai objek dan ide.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, dan kelompok referensi. Sedangkan dari faktor internal yaitu motivasi, harga diri, proses belajar, persepsi, kepribadian dan konsep diri.

### 2.1.3 Aspek Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lestari, dkk (2023), mengemukakan bahwa terdapat aspek-aspek perilaku konsumtif, antara lain:

a. Pembelian Yang Impulsif

Pembelian yang dilakukan tanpa rencana atau tiba-tiba. Pembelian itu dibagi menjadi dua, yaitu pembelian yang disugesti (*Sugesti Buying*) dan pembelian tanpa rencana berdasarkan ide saran orang lain. Sedangkan pembelian pengingat adalah pembelian tanpa rencana yang didasarkan pada ingatan saja.

b. Pembelian Yang Tidak Rasional

Pembelian yang dilakukan berdasarkan motif emosional. Loudon Bitta (Lestari, dkk 2023), menunjukkan bahwa faktor emosional berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang seperti rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kepraktisan dan status sosial. Perbedaan dengan faktor rasional yang menekankan pada kebutuhan yang sesungguhnya.

c. Pemborosan (*wasteful buying*)

Pembelian yang mengeluarkan uang yang lebih besar daripada pendapatannya yang digunakan untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan negatif menurut Deliarnov (2007), antara lain sebagai berikut:

a. Aspek Positif

1) Kebutuhan Terpenuhi

Dengan mengkonsumsi barang dan jasa, maka kebutuhan konsumen akan barang dan jasa tersebut terpenuhi.

2) Timbul Rasa Puas

Rasa puas ini timbul karena konsumen bisa memilih kombinasi berbagai macam barang dan jasa yang terbaik dari anggaran yang tersedia.

3) Memberi Kemudahan dan Rasa Nyaman

Misalnya, ayahmu membeli mobil. Dengan mobil tersebut, ayahmu tidak perlu lagi berjalan kaki atau berdesak-desakan dalam bus.

4) Memberi Keuntungan kepada Pihak Penjual (Produsen)

Dengan membeli barang dan jasa dari penjual (produsen), produsen juga mendapatkan keuntungan berupa uang dari barang atau jasa yang dibeli konsumen.

5) Menambah Pengalaman

Hal ini terjadi apabila konsumen mengkonsumsi barang dan jasa baru, yang belum pernah dipakai atau digunakan sebelumnya.

b. Aspek Negatif

Perilaku konsumtif juga memiliki aspek negatif. Salah satunya adalah memupuk sifat dan gaya hidup konsumerisme, yaitu sifat atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan, kebahagiaan, dan harga diri (*prestise*).

Menurut Lina dan Rosyid (Pandrianto, dkk, 2023), perilaku konsumtif memiliki tiga aspek, yaitu:

a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Pembelian impulsif adalah pembelian ketika konsumen mengalami dorongan yang sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan langsung.

b. Pembelian Boros dan Berlebih

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang dapat menghambur-hamburkan uang dengan secara tidak sadar membeli barang yang bukan merupakan kebutuhan utamanya.

c. Pembelian Tidak Rasional

Perilaku konsumen membeli sesuatu yang tidak penting. Hal tersebut dilakukan semata-mata karena mencari kesenangan untuk diri sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif adalah pembelian yang impulsif yaitu pembelian dilakukan tanpa rencana atau tiba-tiba, pembelian yang tidak rasional yaitu pembelian dilakukan berdasarkan motif emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain, dan pemborosan yaitu pembelian yang mengeluarkan uang lebih besar daripada pendapatan dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.

#### 2.1.4 Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (Aswita, dkk, 2022), menjelaskan ada 8 ciri perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Membeli produk karena adanya tawaran hadiah.

Terkadang keinginan untuk membeli produk itu pada dasarnya memang tidak ada sama sekali, tetapi karena pengaruh dari penawaran hadiah atau diskon yang ditawarkan maka minat tersebut secara tiba-tiba muncul.

- b. Membeli produk karena kemasan produk terlihat lebih menarik dan elegan.

Membeli produk dikarenakan kemasannya unik, menarik dan lucu bukan karena kualitas produk tersebut, sehingga menarik minat konsumen untuk membeli.

- c. Membeli produk dengan alasan gengsi dan juga penampilan diri.

Seperti halnya pada saat konsumen membeli pakaian merek Zara dan tidak bermerek, untuk kalangan tertentu rata-rata mereka yang membeli merek Zara karena gengsi dan *prestise* saja, yang sebenarnya manfaat dari kedua produk tersebut sama. Beda halnya untuk memang ada kalangan yang lain mereka memang memilih produk untuk digunakan karena kualitas unggulan produk yang ditawarkan dari produk tersebut.

- d. Membeli produk dengan pertimbangan harga tersebut dinilai murah dan terjangkau.

Sering terjadi di kalangan ibu-ibu/wanita dewasa, terkadang saat mereka melakukan transaksi pembelian baju yang rencananya hanya 2 *pcs* saja, dikarenakan potongan harga ataupun harga diturunkan oleh penjual maka kuantitas yang dibeli jadi bertambah.

- e. Membeli produk hanya untuk simbol status sosial.

Status sosial menjadi penting untuk beberapa kalangan di dalam kehidupan, dari mulai pekerjaan, jumlah gaji yang diterima dan kepemilikan harta juga

menentukan *circle* pertemanan dan cenderung membicarakan dan membeli produk sesuai dengan status sosialnya, seperti: kendaraan, pakaian, barang bermerek, dll.

- f. Munculnya penilaian produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri.

Bagi kelompok tertentu *fashion is privilege*, dimana memakai produk dengan brand tertentu, bisa meningkatkan rasa percaya diri mereka.

- g. Memakai produk atas dasar unsur konformitas.

Membeli produk bukan atas dasar kebutuhan, tetapi juga untuk berlebihan semata. Mereka juga menjadikan seseorang sebagai panutan dalam berpenampilan dan menggunakan produk yang sama.

- h. Mencoba lebih dari dua produk yang sejenis dengan merek-merek yang berbeda.

Biasanya terkait dengan diskon yang ditawarkan, apalagi menjelang hari-hari besar keagamaan, sehingga produk yang ditawarkan beragam dengan brand yang berbeda tetapi jenisnya hampir sama dan membuat konsumen tergiur yang akhirnya memutuskan untuk membeli 2 item produk, bahkan lebih dengan alasan “*kapan lagi di beli, mumpung diskon*”.

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

- a. Pembeli ingin tampak berbeda dengan orang lain

Pembeli melakukan kegiatan membeli barang dengan maksud untuk menunjukkan dirinya berbeda dengan lainnya. Remaja dalam memakai atau menggunakan suatu barang selalu ingin dari yang dimiliki orang lain.

b. Kebanggaan diri

Pembeli biasanya akan merasa bangga apabila ia dapat memiliki barang yang berbeda dari orang lain, terlebih lagi apabila barang tersebut jauh lebih bagus dan lebih daripada milik orang lain.

c. Ikut-ikutan

Pembeli umumnya melakukan tindakan pembelian yang berlebihan hanya untuk meniru orang lain dan mengikuti trend mode yang sedang beredar dan bukan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.

d. Menarik perhatian orang lain

Pembeli terhadap suatu barang dilakukan karena seseorang ingin menarik perhatian orang lain dengan menggunakan barang yang sedang populer saat itu karena remaja cenderung suka menjadi perhatian orang lain.

Menurut Lestari, dkk (2023), menemukan bahwa terdapat ciri perilaku konsumtif, yaitu:

a. Pemunahan Keinginan

Rasa puas pada manusia tidak berhenti pada satu titik saja melainkan selalu meningkat. Oleh karena itu dalam pengkonsumsian suatu hal, manusia selalu ingin lebih, untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan akan barang tersebut.

b. Barang di Luar Jangkauan

Jika manusia menjadi konsumtif, tindakan konsumsinya menjadi kompulsif dan tidak rasional. Ia selalu merasa “belum lengkap” dan mencari-cari kepuasan akhir dengan mendapatkan barang-barang baru. Ia tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya.

c. Barang Tidak Produktif

Jika pengkonsumsian barang menjadi berlebihan maka kegunaan konsumsi menjadi tidak jelas.

d. Status

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

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu berperilaku boros, lebih mementingkan keinginan atau hasrat dan atas dasar unsur konformitas dibandingkan kebutuhan, serta lebih mementingkan gengsi atau mempertahankan harga diri untuk meningkatkan kepercayaan diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

## 2.2 Harga Diri

### 2.2.1 Pengertian Harga Diri

Harga diri dalam konteks psikologi adalah penilaian pribadi yang ditunjukkan oleh sikap yang dimiliki seseorang tentang diri mereka sendiri. Harga diri juga keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri kita, di mana harga diri merupakan perbandingan antara *ideal-self* dengan *real-self*, Santrock (Insan, 2023).

Harga diri itu sendiri berasal dari pikiran, perasaan, sensasi, dan pengalaman yang telah dikumpulkan sepanjang rentang kehidupan. Selanjutnya menurut Coopersmith (1967), harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu dan biasanya mempertahankan segala sesuatu yang berkenaan dengan dirinya sendiri. Dari konsep tersebut Coopersmith menjelaskan bahwa harga diri mengekspresikan setuju atau tidak setuju dan menunjukkan sikap kepercayaan individu terhadap dirinya untuk menjadi mampu, penting, berhasil dan berharga. Jadi, harga diri adalah personal *judgment* (penilaian pribadi) mengenai perasaan pantas yang diekspresikan dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya.

Menurut Susanto (2018), harga diri adalah cara bagaimana individu memberikan penilaian mengenai dirinya, terutama mengenai besarnya kepercayaan terhadap kesuksesan, daya tahan, nilai, dan aspirasi yang dimiliki sehingga individu mempunyai keyakinan sebagai seorang yang penting, berhasil dan berharga, baik untuk dirinya maupun untuk orang lain. Dengan kata lain, harga diri juga dapat dimaknai dengan cara seseorang memandang dirinya, seseorang yang kurang memiliki harga diri tidak dapat melihat kemampuan yang dimiliki karena cenderung melihat hal negatif atau kekurangan dalam dirinya.

Menurut Insan (2023), harga diri sebagai hasil evaluasi diri individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri, selanjutnya harga diri adalah evaluasi diri yang dibuat oleh individu, sikap orang terhadap dirinya sendiri dalam rentang dimensi positif dan negatif. Harga diri sering digunakan untuk mengukur sebuah peringkat dalam dimensi yang berkisar dari negatif sampai positif atau dari taraf yang tinggi sampai dengan yang rendah.

Menurut Lumongga (2016), mengemukakan bahwa harga diri merupakan objek dari kesadaran diri dan merupakan penentu perilaku. Oleh karena itu, perilaku merupakan indikasi dari harga diri yang bersangkutan karena penghargaan diri akan muncul dalam perilaku yang dapat diamati. Lumongga (2016), juga menjelaskan bahwa harga diri merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan perilaku individu. Setiap individu menginginkan penghargaan yang positif terhadap dirinya, sehingga seseorang akan merasakan bahwa dirinya berguna atau berarti bagi orang lain meskipun dirinya memiliki kelemahan baik secara fisik maupun secara mental. Terpenuhinya keperluan penghargaan diri akan menghasilkan sikap dan rasa percaya diri, rasa kuat menghadapi sakit, rasa damai, namun sebaliknya apabila keperluan penghargaan diri tidak terpenuhi, maka akan membuat seseorang individu mempunyai mental yang lemah dan berpikir negatif.

Menurut teori belajar sosial Bandura (Freska, dkk, 2022), harga diri berasal dari keyakinan akan kemampuan seseorang untuk dapat berprestasi tujuan penting. Hal ini biasanya hasil dari usaha sendiri, tapi mungkin juga merupakan konsekuensi dari upaya kolektif, tergantung pada norma-norma budaya. Harga diri dipengaruhi oleh sejauh mana kita merasakan keyakinan kita dan perilaku dihargai oleh orang lain yang berarti bagi kita.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap diri sendiri dan menunjukkan tingkat dimana individu menyakini dirinya sebagai individu yang mampu, penting dan berharga.

### 2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

Menurut Susanto (2018), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri sebagai berikut:

a. Pengalaman

Pengalaman merupakan suatu bentuk emosi, perasaan, tindakan dan kejadian yang pernah dialami yang dirasakan bermakna dan memberikan kesan dalam hidup individu. Individu dengan harga diri tinggi memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap keberhasilan dirinya, dan lebih bersemangat mengekspresikan dirinya dalam menghadapi peristiwa internal maupun eksternal.

b. Partisipasi dalam Kelompok Sosial

Harga diri berkembang sesuai dengan kualitas interaksi individu dengan lingkungannya. Melalui hubungan yang baik antara individu dengan orangtua, teman sebaya, dan lingkungan sekitar, maka akan membentuk rasa aman dan nyaman dalam penerimaan sosial dan harga dirinya.

c. Latar Belakang Sosial

Beberapa hal yang mempengaruhi latar belakang sosial antara lain; kelas sosial, agama, dan pekerjaan orangtua. Latar belakang sosial keluarga memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan harga diri individu, karena dari keluarga individu mendapat konsep tentang dirinya. Sehingga, penghargaan, penerimaan, dan perhatian yang diterima individu merupakan faktor yang penting dalam pembentukan harga diri.

d. Karakteristik Orang Tua

Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan perihal karakteristik orangtua ini, diantaranya harga diri ibu dan stabilitasnya, pola asuh orangtua, riwayat perkawinan, peran ayah, serta interaksi ayah-ibu. Mengenai pola asuh, yaitu merupakan sikap orangtua ketika berinteraksi dengan anak-anaknya, termasuk dalam bagaimana orangtua memberikan aturan, hukuman maupun hadiah, cara orangtua menunjukkan otoritas, dan cara orangtua memberikan perhatian dan tanggapan kepada anaknya.

e. Lingkungan

Lingkungan memberikan dampak besar kepada anak melalui hubungan yang baik antara anak dengan orangtua, teman sebaya, dan lingkungan sekitar sehingga menimbulkan perasaan aman dan kenyamanan dalam penerimaan sosial dan *self-esteem* nya.

f. Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi merupakan hal yang mendasari perbuatan seseorang untuk memenuhi dorongan sosial disertai dukungan finansial yang berpengaruh terhadap kebutuhan sehari-hari.

Menurut Susanto (2018), terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi harga diri individu, yaitu sebagai berikut:

- a. Faktor fisik, seperti penampilan wajah. Misalnya, beberapa orang cenderung memiliki harga diri yang tinggi apabila memiliki wajah yang menarik.
- b. Faktor psikologis, seperti persahabatan, emosi, dan sebagainya.
- c. Faktor lingkungan sosial, semakin dewasa, maka semakin banyak orang di lingkungan sosial yang mempengaruhi harga diri seseorang.

- d. Faktor tingkat intelegensi, semakin tinggi tingkat intelegensi seseorang, maka semakin tinggi pula harga dirinya dan secara jelas tingkat intelegensinya terbukti berpengaruh pada harga diri seseorang dan terdapat hubungan yang positif antara keduanya.
- e. Faktor sosial ekonomi, seseorang yang memiliki status ekonomi rendah memiliki harga diri yang lebih rendah daripada orang dengan status ekonomi yang tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Alder dan Stewart (Susanto, 2018), yang menyatakan bahwa harga diri berkaitan dengan status sosial ekonomi dan berbagai aspek perilaku kesehatan dan efektivitas diri.
- f. Faktor ras dan kebangsaan, orang kulit hitam yang menuntut ilmu di sekolah orang berkulit putih memiliki harga diri yang lebih rendah daripada orang Australia, India, dan Irlandia.
- g. Faktor urutan keluarga, anak tunggal cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi dibandingkan anak yang memiliki saudara kandung. Selain itu, anak laki-laki sulung yang memiliki adik kandung perempuan cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi.

Sementara itu menurut Coopersmith (1967), harga diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang diantaranya:

- a. Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang memiliki pengaruh  
Harga diri seseorang juga dipengaruhi oleh orang yang dianggap penting dalam kehidupan individu yang bersangkutan.
- b. Kelas sosial dan kesuksesan  
Kedudukan kelas sosial dapat dilihat dari pekerjaan, pendapatan, dan tempat tinggal.

c. Nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasikan pengalaman Kesuksesan yang diterima individu tidak mempengaruhi harga diri secara langsung melainkan disaring terlebih dahulu melalui tujuan dan nilai yang di pegang oleh individu.

d. Cara individu dalam menghadapi evaluasi

Individu meminimalisasi ancaman berupa evaluasi negatif yang datang dari luar dirinya. Mereka dapat menolak hak dari orang lain yang memberikan penilaian negatif terhadap dirinya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu meliputi lingkungan, sosial ekonomi dan individu itu sendiri.

### 2.2.3 Aspek-Aspek Harga Diri

Menurut Susanto (2018), mengemukakan bahwa terdapat aspek-aspek harga diri, antara lain:

a. Kekuatan (*Power*)

Kemampuan untuk memengaruhi dan mengendalikan orang lain. Pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain merupakan tanda dari adanya kekuatan. Keberhasilan ini diukur oleh kemampuan dalam mengontrol perilaku sendiri dan memengaruhi orang lain.

b. Keberartian (*Significance*)

Keberartian adalah adanya kepedulian, penilaian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Keadaan keberartian ini ditandai dengan adanya penerimaan, perhatian, dan kasih sayang dari orang lain.

c. Kebajikan (*Virtue*)

Kebajikan adalah kepatuhan mengikuti standar moral dan etika, ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang memang diperbolehkan menurut etika, moral, dan agama.

d. Kemampuan (*Competence*)

Kompetensi berarti kemampuan untuk sukses memenuhi tuntutan prestasi, ditandai dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam-macam tugas dengan baik ke tingkat atau level yang tinggi dan usia yang berbeda.

Menurut Susanto (2018), menjelaskan aspek-aspek harga diri sebagai berikut:

a. Aspek percaya diri (*confidence*), yaitu kualitas keyakinan serta kenyamanan individu akan penampilan (*appearance*), kemampuan (*ability*), dan kekuasaan (*power*) dirinya dalam berinteraksi dengan lingkungan. Oleh karena itu, aspek ini terdiri dari tiga sub-aspek sebagai berikut:

1) Penampilan (*appearance*), yaitu ciri fisik individu (*features*) yang dianggap dapat memunculkan ketertarikan atau menarik (*attractiveness*) untuk diperlihatkan atau dibanggakan kepada orang lain. Indikatornya adalah:

- a) Tinggi badan yang ideal
- b) Wajah yang rupawan
- c) Berat badan yang ideal
- d) Warna kulit yang kuning langsung
- e) Mata yang indah dan bersih bersinar
- f) Suara lembut atau berwibawa

- g) Rambut yang hitam dan lurus
- h) Pakaian yang rapi
- 2) Kemampuan (*ability*), yaitu kapabilitas individu (*individual capability*) yang diyakini dapat mempengaruhi keberhasilan. Indikatornya adalah:
  - a) Kecerdasan yang tinggi
  - b) Bakat yang mendukung
  - c) Keterampilan (*skill*) hasil belajar yang berdaya guna
  - d) Kepandaian dalam melakukan suatu pekerjaan (*performance*)
- 3) Kekuasaan (*power*), merupakan kekuatan diri yang dimiliki individu untuk mengontrol individu lain, peristiwa serta situasi lingkungan. Indikatornya adalah:
  - a) Dominasi (*dominance*) terhadap individu lain, dalam bentuk paksaan, kompetisi, dan kepemimpinan
  - b) Status sosial yang tinggi
  - c) Kondisi ekonomi (uang) yang cukup
  - d) Kekuatan mengubah lingkungan
- b. Aspek mencintai diri (*self-love*), yaitu dorongan untuk mengasihi, menghargai, dan menyayangi diri sendiri yang bersumber dari penghargaan sosial (*social rewards*), perasaan adanya hubungan dengan berbagai sumber kebanggaan yang dialami orang lain (*vicarious sources*), dan moralitas (*morality*). Aspek ini terdiri dari tiga sub-aspek, yaitu:
  - 1) Penghargaan sosial, yaitu aspirasi lingkungan yang diwujudkan melalui kasih sayang (*affection*), pujian (*praise*), dan penghormatan (*respect*), sehingga individu tersebut merasa dirinya berharga. Indikatornya adalah:

- a) Perasaan dikasihi dan disayangi
  - b) Perasaan bangga karena dipuji
  - c) Perasaan dihormati
- 2) Sumber rasa bangga dari orang lain seakan-akan dialami sendiri (*vicarious sources*), yaitu instrumental input di luar individu yang mendorong munculnya perasaan berharga pada diri. Indikatornya adalah:
- a) Perasaan memiliki hubungan dengan kesenangan orang lain
  - b) Cerminan yang menimbulkan rasa bangga dari membandingkan diri sendiri dengan orang lain
  - c) Kepemilikan mendalam terhadap suatu benda yang menimbulkan kebanggaan karena dianggap merefleksikan dirinya sendiri
- 3) Moralitas (*morality*), yaitu mendeskripsikan kepatuhan, pantas atau tidak, baik atau buruk menurut pandangan diri dan lingkungan. Indikatornya adalah:
- a) Perlakuan yang adil dan jujur terhadap orang lain
  - b) Perilaku mementingkan kepentingan orang lain (altruism/keinginan untuk menolong orang lain dengan tulus)
  - c) Sikap keberagamaan; perilaku yang menjadi kebanggaan atau penghargaan terhadap diri karena berhubungan dengan penilaian Tuhan.

Menurut Wigati, dkk (2018), menjelaskan bahwa ada tiga ciri-ciri harga diri yaitu:

- a. Harga diri yang tinggi, menerangkan bahwa kemampuan ketika menjumpai orang lain ataupun tugas dilandasi dengan harapan untuk sukses dan diterima.
- b. Harga diri tingkat menengah, digambarkan sebagai seseorang dengan kepercayaan diri yang agak lemah.

- c. Harga diri yang rendah, digambarkan sebagai individu yang tidak memiliki kepercayaan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap dunia.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat aspek-aspek harga diri yaitu kekuatan, keberartian, kebajikan, kemampuan, percaya diri, dan mencintai diri.

### **2.3 Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan proses dan aktivitas individu atau kelompok yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Watung (2022), mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Perilaku konsumtif pula dapat mempengaruhi pada semua kalangan termasuk pada kalangan pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan. Bagi produsen, konsumen yang terdiri dari individu yang telah bekerja menjadi sasaran utama, karena sudah memiliki penghasilan dan mengelolah uang sendiri. Adapun salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada pegawai yaitu harga diri.

Coopersmith (1967), harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu dan biasanya mempertahankan segala sesuatu yang berkenaan dengan dirinya sendiri. Dari konsep tersebut Coopersmith menjelaskan bahwa harga diri

mengekspresikan setuju atau tidak setuju dan menunjukkan sikap kepercayaan individu terhadap dirinya untuk menjadi mampu, penting, berhasil dan berharga. Jadi, harga diri adalah personal *judgment* (penilaian pribadi) mengenai perasaan pantas yang diekspresikan dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya.

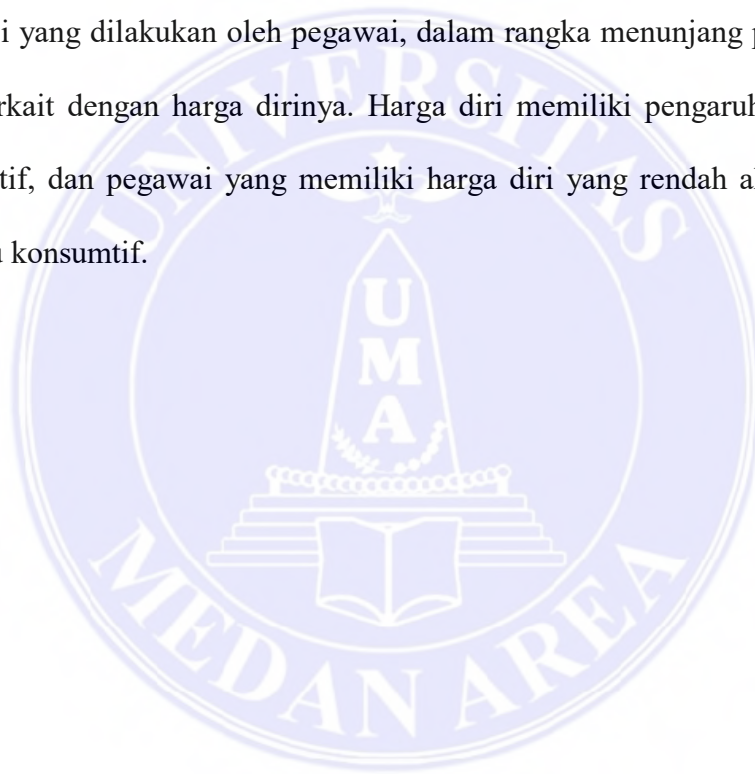
Penelitian yang dilakukan oleh Nuraini (2015), yang berjudul “Pengaruh antara Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Puteri di Jakarta Timur”, menunjukkan bahwa harga diri menjadi faktor terbentuknya perilaku konsumtif, tetapi tidak menjadi faktor utama yang menentukan perilaku konsumtif pada remaja. Karena pada perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keterlibatan faktor-faktor lain dapat menjadikan perilaku konsumtif terjadi, dan tidak hanya karena pengaruh dari harga diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Afdhoni (2021), yang berjudul “Pengaruh antara Harga Diri, Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Online Shop pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”, menunjukkan bahwa harga diri dan konformitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan nilai beta yang telah di dapat bahwa nilai harga diri lebih besar dibandingkan dengan nilai konformitas, hal ini dapat disimpulkan bahwa harga diri memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Imani & Ariani (2023), yang berjudul “Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Banjarmasin”, menunjukkan bahwa harga diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan adanya pengaruh dari faktor lain. Hal ini sejalan dengan Wardani, dkk (2021), yang menjelaskan terdapat 6 faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain harga diri, yaitu motivasi, proses belajar,

persepsi, kepribadian dan konsep diri. Kemudian faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif berupa kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi yang dalam hal ini adalah konformitas pada teman sebaya, serta keluarga.

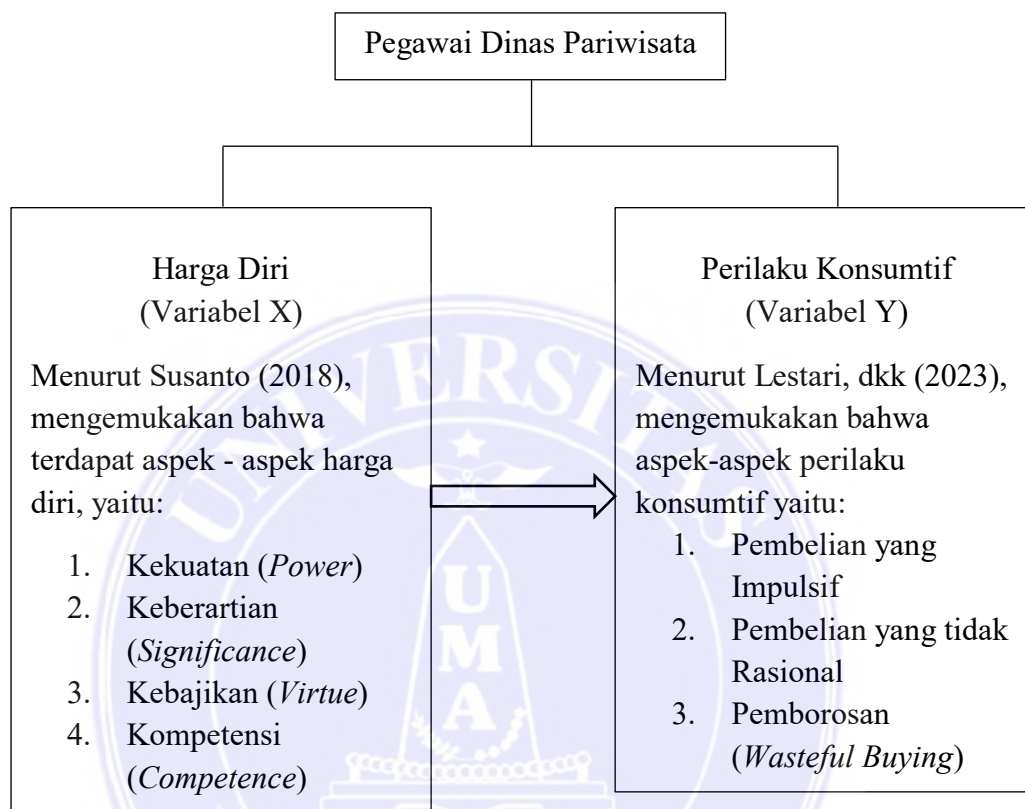
Berdasarkan uraian-uraian dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan bentuk khusus dari perilaku membeli yang dilakukan oleh pegawai, dalam rangka menunjang penampilan diri yang terkait dengan harga dirinya. Harga diri memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif, dan pegawai yang memiliki harga diri yang rendah akan mengalami perilaku konsumtif.



## 2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada jam operasional kantor Dinas Pariwisata kota Medan yaitu 08.00 Wib - 16.30 Wib pada hari Senin - Kamis dan 08.00 Wib - 17.00 Wib pada hari Jum'at. Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Medan yang berlokasi di Jalan Prof. H. M. Yamin No. 40, Gg. Buntu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara.

#### 3.2 Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner berbentuk kertas, peneliti mencetak kuesioner dengan menggunakan seperangkat komputer dan printer. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Kuesioner dibagi menjadi dua jenis, yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dimana berisikan pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan. Jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

Adapun alat penelitian yang diperlukan ataupun yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras terdiri atas sebuah laptop, dan perangkat lunak yang digunakan berupa sistem operasi *Microsoft Windows 10*. Dalam penelitian ini alat yang digunakan yaitu Skala

*Likert* yang berasal dari definisi operasional, berupa aspek dari masing-masing variabel sebagai berikut:

#### 1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang mengonsumsi barang-barang secara berlebihan, yang tidak direncana, bahkan tidak diperlukan dan hanya keinginan semata.

#### 2. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian individu terhadap diri sendiri dan menunjukkan tingkat dimana individu menyakini dirinya sebagai individu yang mampu, penting dan berharga.

### 3.3 Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu pendekatan yang bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel, dimana variabel-variabel tersebut umumnya dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data yang diperoleh kemudian dapat dianalisa dengan menggunakan prosedur statistik, Sugiyono (2017). Variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini terbagi atas variabel independen (harga diri) dan variabel dependen (perilaku konsumtif).

Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti menggunakan model korelasional, yang dimana untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga diri dengan perilaku konsumtif pegawai. Data dikumpulkan secara langsung dengan menggunakan skala yang dibagikan kepada responden. Adapun variabel yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini yaitu harga diri dan perilaku konsumtif.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek yang diteliti tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah 167 orang pegawai yang berada di Dinas Pariwisata Kota Medan.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 83 orang pegawai yang berada di Dinas Pariwisata Kota Medan.

#### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya, orang tersebut dianggap yang paling tahu

tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek yang diteliti, Sugiyono (2015). Teknik *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian serta dalam memilih sampel tersebut dilakukan secara acak menentukan melalui karakteristik.

1. Menggunakan uang untuk menunjukkan status sosial atau gaya hidup.
2. Terpengaruh oleh adanya sale, tren, iklan, atau rekomendasi teman.
3. Melakukan pembelian impulsif tanpa pertimbangan, dengan membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi hanya karena keinginan.

### 3.5 Prosedur Kerja

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode skala. Menurut Sugiyono (2006), skala pengukuran dalam kuantitatif adalah acuan yang berfungsi sebagai penentuan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut mampu menghasilkan data kuantitatif. Salah satu jenis skala yang dapat digunakan adalah skala psikologi, dengan format likert.

Menurut Sugiyono (2006), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap individu atau sekelompok orang terkait dengan fenomena sosial yang sedang terjadi. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Adapun penggunaan skala ini pada dua variabel adalah skala harga diri dan perilaku konsumtif.

## 1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengukur aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lestari, dkk (2023), meliputi:

### a. Pembelian Yang Impulsif

Pembelian yang dilakukan tanpa rencana atau tiba-tiba. Pembelian itu dibagi menjadi dua, yaitu pembelian yang disugesti (*Sugesti Buying*) dan pembelian tanpa rencana berdasarkan ide saran orang lain. Sedangkan pembelian pengingat adalah pembelian tanpa rencana yang didasarkan pada ingatan saja.

### b. Pembelian Yang Tidak Rasional

Pembelian yang dilakukan berdasarkan motif emosional. Loudon Bitta (Lestari, dkk, 2023), menunjukkan bahwa faktor emosional berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang seperti rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kepraktisan dan status sosial. Perbedaan dengan faktor rasional yang menekankan pada kebutuhan yang sesungguhnya.

### c. Pemborosan (*wasteful buying*)

Pembelian yang mengeluarkan uang yang lebih besar daripada pendapatannya yang digunakan untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan format *likert* dengan 4 (empat) alternatif. Sistem penilaian perilaku konsumtif untuk item *favourable* berdasarkan skala *likert* adalah nilai 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS), nilai 2 untuk jawaban tidak sesuai (TS), nilai 3 untuk jawaban sesuai (S), dan nilai 4 untuk jawaban sangat sesuai (SS). Sedangkan untuk item *unfavourable* nilai 1

untuk jawaban sangat sesuai (SS), nilai 2 untuk jawaban sesuai (S), nilai 3 untuk jawaban tidak sesuai (TS), dan nilai 4 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS).

## 2. Skala Harga Diri

Skala ini bertujuan untuk mengukur aspek-aspek harga diri yang dikemukakan Susanto (2018) meliputi:

### a. Kekuatan (*Power*)

Kemampuan untuk memengaruhi dan mengendalikan orang lain. Pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain merupakan tanda dari adanya kekuatan. Keberhasilan ini diukur oleh kemampuan dalam mengontrol perilaku sendiri dan memengaruhi orang lain.

### b. Keberartian (*Significance*)

Keberartian adalah adanya kepedulian, penilaian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Keadaan keberartian ini ditandai dengan adanya penerimaan, perhatian, dan kasih sayang dari orang lain.

### c. Kebajikan (*Virtue*)

Kebajikan adalah kepatuhan mengikuti standar moral dan etika, ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang memang diperbolehkan menurut etika, moral, dan agama.

### d. Kemampuan (*Competence*)

Kompetensi berarti kemampuan untuk sukses memenuhi tuntutan prestasi, ditandai dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam-

macam tugas dengan baik ke tingkat atau level yang tinggi dan usia yang berbeda.

Skala harga diri disusun berdasarkan format *likert* dengan 4 (empat) alternatif. Sistem penilaian perilaku konsumtif untuk item *favourable* berdasarkan skala *likert* adalah nilai 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS), nilai 2 untuk jawaban tidak sesuai (TS), nilai 3 untuk jawaban sesuai (S), dan nilai 4 untuk jawaban sangat sesuai (SS). Sedangkan untuk item *unfavourable* nilai 1 untuk jawaban sangat sesuai (SS), nilai 2 untuk jawaban sesuai (S), nilai 3 untuk jawaban tidak sesuai (TS), dan nilai 4 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS).

### 3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Suatu alat pengumpulan data (alat ukur) dapat dikatakan baik apabila alat ukur tersebut valid dan reliabel. Sebelum digunakan dalam penelitian, maka alat ukur (skala) terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya, Azwar (2012).

#### 1. Validitas Alat Ukur

Menurut Sugiyono (2015), menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada masing-masing item, ialah dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total yang merupakan jumlah masing-masing skor butir. Bila koefisien korelasinya sama ataupun diatas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, namun bila nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengukuran validitas alat ukur penelitian ini adalah teknik *Corrected Item Total Correlation*. Validitas dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistic Packages For Social Science*) versi 25 for windows.

## 2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Sugiyono (2015), reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes, merupakan tingkat konsistensi suatu tes, adalah sejauh mana tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten, relatif tidak berubah meskipun diteskan pada situasi yang berbeda.

Menurut Azwar (2012), menyatakan jika koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya, koefisien yang semakin rendah mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengukuran reliabilitas alat ukur penelitian ini adalah teknik *Alpha Cronbach*. Reliabilitas dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistic Packages For Social Science*) versi 25 for windows.

## 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana yaitu untuk mengukur pengaruh satu variabel dan variabel lainnya. Uji regresi linear sederhana dilakukan dengan program SPSS (*Statistic Packages For Social Science*) versi 25 for windows.

- a. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antar variabel (X) dengan (Y) adalah linear (diterima)
- b. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear (tidak diterima)

Rumus:

$$Y=a+Bx$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (Perilaku Konsumtif)

x : Variabel independen (Harga Diri)

a : Konstanta regresi

B : Koefisien variabel bebas

Sebelum data dianalisis dengan menggunakan regresi linear sederhana, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data penelitian yang meliputi:

- a. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan statistik uji *Kolmogorov-Smirnov Goodness*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini yaitu jika signifikan yang diperoleh  $> 0,05$  maka data sampel dari populasi tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikan yang diperoleh  $< 0,05$  maka data sampel dari populasi tersebut tidak berdistribusi normal.
- b. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada data dari variabel bebas memiliki hubungan yang linear dengan variabel terikat. Uji linear digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi. Pengujian pada program *SPSS versi 25 for windows* dengan uji linearitas menggunakan

*test for linearity* pada taraf signifikan 0,05 dengan kriteria bila nilai signifikan pada *Deviation From Linearity* lebih besar dari 0,05 berarti kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh harga diri dengan perilaku konsumtif. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien regresi  $r^{xy} = -0,462$ , dengan  $P \text{ (sig)} 0,000 < 0,05$ . Koefisien determinan ( $R^2$ ) dari pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat adalah  $R^2 = 0,213$ . Ini menunjukkan bahwa harga diri berdistribusi sebesar 21,3% terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, dalam arti dengan besaran pengaruh dalam bentuk linier dapat dituliskan sebagai berikut:  $y = a + bx$ , maka dapat dituliskan  $y = 80.220 + 0.389 (X)$ . Artinya besaran pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 80.609, jika terjadi peningkatan harga diri sebesar 1 poin (keterlibatan).

#### 5.2 Saran

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

##### 1. Bagi Pegawai

Pegawai disarankan untuk lebih sadar terhadap pola konsumsi pribadi dengan mengelola keuangan dengan bijak, seperti menabung, menyesuaikan keuangan dengan kehidupan sehari-hari, investasi, sehingga pegawai dapat hidup sesuai dengan kemampuan dan merasa lebih percaya diri dengan diri mereka sendiri.

## 2. Bagi Instansi

Instansi dapat menyediakan pelatihan tentang literasi keuangan secara bijak dan menghindari pengeluaran yang didorong oleh perilaku konsumtif. Hal ini akan membantu pegawai merasa lebih dihargai atas prestasi mereka dan bukan karena apa yang mereka miliki.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan variabel yang sama disarankan agar dapat memastikan sampel yang akan diteliti menunjukkan perilaku konsumtif serta meningkatkan dan menyempurnakan dari kelemahan-kelemahan yang ada dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperkaya hasil penelitian yang sesuai dengan variabel perilaku konsumtif serta dapat mempertimbangkan dari faktor-faktor lain seperti motivasi, kepribadian dan konsep diri sebagai variabel tambahan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdhoni, W. D. Al. (2021). Pengaruh antara Harga Diri, Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Online Shop pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Prodi Psikologi Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Amalia, N. (2016). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Prodi Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Andini, P., & Maryatmi, A. S. (2020). Hubungan antara Harga Diri dan Prestasi Akademik dengan Subjective Well Being pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*: 4(3), 127–134.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmiah Psikologi*: 1(2), 79-83.
- Aswita, D., dkk. (2022). *Pendidikan Literasi: Memenuhi Kecakapan Abad 21*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barus, R. H. (2021). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian pada Agen Asuransi di PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia. *Prodi Psikologi, Universitas Medan Area*.
- Cahyani, M. N., & Indryawati, R. (2022). Stres Kerja Dan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Wanita Pengguna Online Shop Di Masa Pandemi Covid-19. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 1(4), 205–214.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-esteem*. San Francisco and London: W.H Freeman and Company.
- Deliarnov. (2007). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi : - Jilid 1*. Esis.
- Freska, W., & Yeni, F. (2022). *Psikologi dalam Profesi Keperawatan*. Bantul: Mitra Edukasi Negeri.
- Imani, S. F., & Ariani, L. (2023). Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin. *Jurnal Psikologi*, 4(2), 84–91.
- Insan, I. (2023). *Pengantar Psikologi Sosial*. Yogyakarta; Zahir Publishing.
- Jasmadi, & Azzama, A. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Banda Aceh. *Jurnal Psikoislamedia*: 1(2), 325–334.
- Lestari, N. I., Ramadani, M., & Sutikno. (2023). *Gen-Y Style Dampak E-Lifestyle, Budaya Digital, dan E-Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y dalam Bertransaksi di E-Commerce*. Jawa Tengah: Amerta Media.
- Lumongga, N. (2016). *Depresi: Tinjauan Psikologis*. Jakarta: Kencana.

- Nuraini, S. (2015). Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Puteri Di Jakarta Timur. *Prodi Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*.
- Pandrianto, N., Sukendro, G. G., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2023). *Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pratiwi, Z. D. (2022). *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Jawa Tengah: NEM (Nasya Expanding Management).
- Prawesti, F. S., & Dewi, D. K. (2016). Self Esteem dan Self Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*: 7(1), 1–8.
- Putra, R. A., Roslan, S., & Yusuf, B. (2024). Perilaku Konsumtif Karyawan Industri Pertambangan Morosi (Studi di Kecamatan Morosi Kabupaten Konawe). *Jurnal Masyarakat Pesisir Dan Pedesaan*: 6(1), 97–106.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal Empati*: 9(1), 58–64.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bnadung: Alfabeta.
- Susanto, A. M. P. (2018). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah: Konsep, Teori, dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Jawa Tengah: NEM (Nasya Expanding Management).
- Watung, S. R. (2022). *Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Yogyakarta: Bintang Semesta Media.
- Wigati, W. A., & Kusumaningsih, L. P. S. (2018). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Agresif Pada Remaja Suku Komerling Di Desa “X” Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur (Okut). *Jurnal Psikologi Poyeksi*: 13(2), 166–176.
- Ye, S.-H., Liu, X.-T., & Shi, S.-Y. (2015). The Research of Status’s Influence on Consumers’ Self-Brand Connection with Luxury Brands: Moderating Role of Self-Esteem and Vanity. *Open Journal of Business and Management*: 03(01), 11–19.



**LAMPIRAN 1**  
**DATA PENELITIAN**

| Harga Diri |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| No         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | Total |
| 1          | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 1  | 2  | 40    |
| 2          | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 33    |
| 3          | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 33    |
| 4          | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 40    |
| 5          | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 43    |
| 6          | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 32    |
| 7          | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 4  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 45    |
| 8          | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 46    |
| 9          | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 34    |
| 10         | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 27    |
| 11         | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 34    |
| 12         | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 46    |
| 13         | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2  | 3  | 44    |
| 14         | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 47    |
| 15         | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2  | 43    |
| 16         | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 45    |
| 17         | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 45    |
| 18         | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 41    |
| 19         | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 31    |
| 20         | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 1  | 1  | 1  | 41    |
| 21         | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 38    |
| 22         | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 4  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 41    |
| 23         | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 4  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 27    |
| 24         | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 32    |
| 25         | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 3  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 40    |
| 26         | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 32    |
| 27         | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1  | 1  | 1  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 1  | 1  | 1  | 35    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 28 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 30 |
| 29 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 26 |
| 30 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 30 |
| 31 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 27 |
| 32 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 39 |
| 33 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 31 |
| 34 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 35 |
| 35 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 35 |
| 36 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 32 |
| 37 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 35 |
| 38 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 47 |
| 39 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 45 |
| 40 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 34 |
| 41 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 27 |
| 42 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 35 |
| 43 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 27 |
| 44 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 28 |
| 45 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 41 |
| 46 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 46 |
| 47 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 42 |
| 48 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 38 |
| 49 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 36 |
| 50 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 49 |
| 51 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 26 |
| 52 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 26 |
| 53 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 41 |
| 54 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 30 |
| 55 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 26 |
| 56 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 34 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 57 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 51 |
| 58 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 39 |
| 59 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 29 |
| 60 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 38 |
| 61 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 37 |
| 62 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 30 |
| 63 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 38 |
| 64 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 34 |
| 65 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 32 |
| 66 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 35 |
| 67 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 49 |
| 68 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 50 |
| 69 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 43 |
| 70 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 44 |
| 71 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 44 |
| 72 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 57 |
| 73 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 42 |
| 74 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 43 |
| 75 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 33 |
| 76 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 32 |
| 77 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 47 |
| 78 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 39 |
| 79 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 42 |
| 80 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 50 |
| 81 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 50 |
| 82 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 36 |
| 83 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 31 |

| Perilaku Konsumtif |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |
|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| No                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | Total |
| 1                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 67    |
| 2                  | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 67    |
| 3                  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 1  | 1  | 64    |
| 4                  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 65    |
| 5                  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 69    |
| 6                  | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 70    |
| 7                  | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 63    |
| 8                  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 63    |
| 9                  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 63    |
| 10                 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 68    |
| 11                 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 64    |
| 12                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 64    |
| 13                 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 65    |
| 14                 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 65    |
| 15                 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 65    |
| 16                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 59    |
| 17                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 68    |
| 18                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 65    |
| 19                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 71    |
| 20                 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 1  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 67    |
| 21                 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 72    |
| 22                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 69    |
| 23                 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 71    |
| 24                 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 71    |
| 25                 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 55    |
| 26                 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 62    |
| 27                 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 78    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 28 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 64 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 67 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 75 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 72 |
| 32 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 79 |
| 33 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 70 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 68 |
| 35 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 68 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 71 |
| 37 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 69 |
| 38 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 49 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 63 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 72 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 64 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 43 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 63 |
| 44 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 73 |
| 45 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 47 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 56 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 83 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 71 |
| 50 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 64 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 65 |
| 53 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 54 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 58 |
| 55 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 63 |
| 56 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 67 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 63 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 59 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 78 |
| 60 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 68 |
| 61 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 66 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 65 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 66 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 69 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 75 |
| 66 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 64 |
| 68 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 59 |
| 69 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 62 |
| 70 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 57 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 67 |
| 72 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 55 |
| 73 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 65 |
| 74 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 55 |
| 75 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |
| 76 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 74 |
| 77 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 53 |
| 78 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 61 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 55 |
| 80 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 61 |
| 81 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 51 |
| 82 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 61 |
| 83 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 63 |



## LAMPIRAN 2

### UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

## Reliability

### Notes

|                        |                                                                                       |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Output Created         | 14-FEB-2025 23:44:48                                                                  |
| Comments               |                                                                                       |
| Input                  | Active Dataset                                                                        |
|                        | DataSet0                                                                              |
|                        | Filter                                                                                |
|                        | <none>                                                                                |
|                        | Weight                                                                                |
|                        | <none>                                                                                |
|                        | Split File                                                                            |
|                        | <none>                                                                                |
|                        | N of Rows in Working Data                                                             |
|                        | 83                                                                                    |
|                        | File                                                                                  |
|                        | Matrix Input                                                                          |
| Missing Value Handling | Definition of Missing                                                                 |
|                        | User-defined missing values are treated as missing.                                   |
|                        | Cases Used                                                                            |
|                        | Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. |
| Syntax                 | RELIABILITY                                                                           |
|                        | /VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5                                                             |
|                        | a6 a7 a8 a9 a10 a11 a12 a13                                                           |
|                        | a14 a15 a16 a17 a18 a19 a20                                                           |
|                        | a21 a22 a23 a24                                                                       |
|                        | /SCALE('Harga Diri') ALL                                                              |
|                        | /MODEL=ALPHA                                                                          |
|                        | /STATISTICS=DESCRIPTIVE                                                               |
|                        | SCALE                                                                                 |
|                        | /SUMMARY=TOTAL.                                                                       |
| Resources              | Processor Time                                                                        |
|                        | 00:00:00.02                                                                           |
|                        | Elapsed Time                                                                          |
|                        | 00:00:00.00                                                                           |

**Scale: Harga Diri****Case Processing Summary**

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 83 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 83 | 100.0 |

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

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .867             | 24         |

### Item Statistics

|     | Mean | Std. Deviation | N  |
|-----|------|----------------|----|
| a1  | 2.47 | .902           | 83 |
| a2  | 2.11 | .733           | 83 |
| a3  | 2.52 | .705           | 83 |
| a4  | 1.37 | .487           | 83 |
| a5  | 2.49 | .739           | 83 |
| a6  | 2.12 | .817           | 83 |
| a7  | 2.22 | .842           | 83 |
| a8  | 1.37 | .487           | 83 |
| a9  | 1.90 | .637           | 83 |
| a10 | 1.73 | .734           | 83 |
| a11 | 1.58 | .683           | 83 |
| a12 | 1.90 | .637           | 83 |
| a13 | 1.73 | .734           | 83 |
| a14 | 1.52 | .612           | 83 |
| a15 | 1.51 | .549           | 83 |
| a16 | 1.71 | .708           | 83 |
| a17 | 1.96 | .772           | 83 |
| a18 | 2.33 | .871           | 83 |
| a19 | 1.95 | .825           | 83 |
| a20 | 1.71 | .708           | 83 |
| a21 | 1.96 | .772           | 83 |
| a22 | 1.63 | .534           | 83 |
| a23 | 1.54 | .525           | 83 |
| a24 | 1.82 | .683           | 83 |

**Item-Total Statistics**

|     | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| a1  | 42.70                      | 63.872                         | .397                             | .863                             |
| a2  | 43.06                      | 66.716                         | .264                             | .867                             |
| a3  | 42.65                      | 65.962                         | .345                             | .864                             |
| a4  | 43.80                      | 66.897                         | .412                             | .863                             |
| a5  | 42.67                      | 66.710                         | .261                             | .867                             |
| a6  | 43.05                      | 64.095                         | .431                             | .862                             |
| a7  | 42.95                      | 66.095                         | .264                             | .868                             |
| a8  | 43.80                      | 66.897                         | .412                             | .863                             |
| a9  | 43.27                      | 65.953                         | .392                             | .863                             |
| a10 | 43.43                      | 63.688                         | .528                             | .858                             |
| a11 | 43.59                      | 64.074                         | .537                             | .858                             |
| a12 | 43.27                      | 65.953                         | .392                             | .863                             |
| a13 | 43.43                      | 63.688                         | .528                             | .858                             |
| a14 | 43.65                      | 65.133                         | .496                             | .860                             |
| a15 | 43.66                      | 65.226                         | .550                             | .859                             |
| a16 | 43.46                      | 63.715                         | .548                             | .858                             |
| a17 | 43.20                      | 63.116                         | .546                             | .858                             |
| a18 | 42.84                      | 65.207                         | .316                             | .866                             |
| a19 | 43.22                      | 65.538                         | .314                             | .866                             |
| a20 | 43.46                      | 63.715                         | .548                             | .858                             |
| a21 | 43.20                      | 63.116                         | .546                             | .858                             |
| a22 | 43.54                      | 66.178                         | .454                             | .861                             |
| a23 | 43.63                      | 65.725                         | .518                             | .860                             |
| a24 | 43.35                      | 63.694                         | .573                             | .857                             |

**Scale Statistics**

| Mean  | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 45.17 | 70.410   | 8.391          | 24         |

**Reliability****Notes**

|                        |                                |                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Output Created         |                                | 14-FEB-2025 23:45:15                                                                                                                                                                                                            |
| Comments               |                                |                                                                                                                                                                                                                                 |
| Input                  | Active Dataset                 | DataSet0                                                                                                                                                                                                                        |
|                        | Filter                         | <none>                                                                                                                                                                                                                          |
|                        | Weight                         | <none>                                                                                                                                                                                                                          |
|                        | Split File                     | <none>                                                                                                                                                                                                                          |
|                        | N of Rows in Working Data File | 83                                                                                                                                                                                                                              |
|                        | Matrix Input                   |                                                                                                                                                                                                                                 |
| Missing Value Handling | Definition of Missing          | User-defined missing values are treated as missing.                                                                                                                                                                             |
|                        | Cases Used                     | Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.                                                                                                                                           |
| Syntax                 |                                | <b>RELIABILITY</b><br>/VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 a6 a7 a8 a9 a10 a11 a12 a13 a14 a15 a16 a17 a18 a19 a20 a21 a22 a23 a24<br>/SCALE('Perilaku Konsumtif') ALL<br>/MODEL=ALPHA<br>/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE<br>/SUMMARY=TOTAL. |
| Resources              | Processor Time                 | 00:00:00.02                                                                                                                                                                                                                     |
|                        | Elapsed Time                   | 00:00:00.00                                                                                                                                                                                                                     |

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

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 83 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 83 | 100.0 |

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

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .885             | 24         |

**Item Statistics**

|     | Mean | Std. Deviation | N  |
|-----|------|----------------|----|
| a1  | 2.76 | .709           | 83 |
| a2  | 2.69 | .731           | 83 |
| a3  | 3.08 | .447           | 83 |
| a4  | 2.95 | .582           | 83 |
| a5  | 2.82 | .683           | 83 |
| a6  | 2.57 | .609           | 83 |
| a7  | 2.98 | .584           | 83 |
| a8  | 3.02 | .624           | 83 |
| a9  | 2.77 | .704           | 83 |
| a10 | 2.93 | .659           | 83 |
| a11 | 3.14 | .387           | 83 |
| a12 | 3.08 | .499           | 83 |
| a13 | 3.17 | .408           | 83 |
| a14 | 3.14 | .387           | 83 |
| a15 | 3.41 | .645           | 83 |
| a16 | 3.16 | .671           | 83 |
| a17 | 2.70 | .745           | 83 |
| a18 | 2.87 | .600           | 83 |
| a19 | 2.87 | .600           | 83 |
| a20 | 2.88 | .613           | 83 |
| a21 | 2.95 | .582           | 83 |
| a22 | 2.81 | .573           | 83 |
| a23 | 2.65 | .688           | 83 |
| a24 | 2.71 | .773           | 83 |

**Item-Total Statistics**

|     | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| a1  | 67.35                         | 55.254                            | .345                                 | .884                                   |
| a2  | 67.42                         | 54.564                            | .397                                 | .882                                   |
| a3  | 67.02                         | 55.780                            | .510                                 | .880                                   |
| a4  | 67.16                         | 54.402                            | .541                                 | .878                                   |
| a5  | 67.29                         | 52.452                            | .654                                 | .874                                   |
| a6  | 67.54                         | 60.007                            | -.105                                | .894                                   |
| a7  | 67.13                         | 55.531                            | .404                                 | .882                                   |
| a8  | 67.08                         | 53.029                            | .657                                 | .875                                   |
| a9  | 67.34                         | 54.031                            | .470                                 | .880                                   |
| a10 | 67.18                         | 52.491                            | .678                                 | .874                                   |
| a11 | 66.96                         | 57.865                            | .334                                 | .885                                   |
| a12 | 67.02                         | 56.780                            | .314                                 | .884                                   |
| a13 | 66.94                         | 57.765                            | .235                                 | .885                                   |
| a14 | 66.96                         | 57.865                            | .334                                 | .885                                   |
| a15 | 66.70                         | 54.262                            | .496                                 | .879                                   |
| a16 | 66.95                         | 55.583                            | .335                                 | .884                                   |
| a17 | 67.41                         | 52.050                            | .632                                 | .875                                   |
| a18 | 67.24                         | 52.502                            | .751                                 | .873                                   |
| a19 | 67.24                         | 52.502                            | .751                                 | .873                                   |
| a20 | 67.23                         | 52.471                            | .737                                 | .873                                   |
| a21 | 67.16                         | 54.987                            | .471                                 | .880                                   |
| a22 | 67.30                         | 54.823                            | .500                                 | .879                                   |
| a23 | 67.46                         | 55.129                            | .370                                 | .883                                   |
| a24 | 67.40                         | 53.511                            | .467                                 | .880                                   |

**Scale Statistics**

| Mean  | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 70.11 | 59.391   | 7.707          | 24         |



**LAMPIRAN 3**  
**UJI NORMALITAS**

**NPar Tests****Notes**

|                        |                                                                                                                       |                                                                                                        |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Output Created         | 15-FEB-2025 00:23:46                                                                                                  |                                                                                                        |
| Comments               |                                                                                                                       |                                                                                                        |
| Input                  | Active Dataset                                                                                                        | DataSet1                                                                                               |
|                        | Filter                                                                                                                | <none>                                                                                                 |
|                        | Weight                                                                                                                | <none>                                                                                                 |
|                        | Split File                                                                                                            | <none>                                                                                                 |
|                        | N of Rows in Working Data File                                                                                        | 83                                                                                                     |
| Missing Value Handling | Definition of Missing                                                                                                 | User-defined missing values are treated as missing.                                                    |
|                        | Cases Used                                                                                                            | Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test. |
| Syntax                 | NPAR TESTS<br>/K-S(NORMAL)=x y<br>/STATISTICS DESCRIPTIVES<br>/MISSING ANALYSIS<br>/KS_SIM CIN(99)<br>SAMPLES(10000). |                                                                                                        |
| Resources              | Processor Time                                                                                                        | 00:00:00.15                                                                                            |
|                        | Elapsed Time                                                                                                          | 00:00:00.00                                                                                            |
|                        | Number of Cases Allowed <sup>a</sup>                                                                                  | 629145                                                                                                 |

a. Based on availability of workspace memory.

**Descriptive Statistics**

|                    | N  | Mean  | Std. Deviation | Minimum | Maximum |
|--------------------|----|-------|----------------|---------|---------|
| Harga Diri         | 83 | 37.69 | 7.277          | 26      | 57      |
| Perilaku Konsumtif | 83 | 65.57 | 6.129          | 49      | 83      |

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                     |                | Harga Diri | Perilaku Konsumtif |
|-------------------------------------|----------------|------------|--------------------|
| N                                   |                | 83         | 83                 |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>    | Mean           | 37.69      | 65.57              |
|                                     | Std. Deviation | 7.277      | 6.129              |
| Most Extreme Differences            | Absolute       | .102       | .133               |
|                                     | Positive       | .102       | .081               |
|                                     | Negative       | -.061      | -.133              |
| Test Statistic                      |                | .102       | .133               |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> |                | .093       | .071               |

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 221623949.



#### **LAMPIRAN 4**

#### **UJI LINEARITAS**

**Means****Notes**

|                        |                                |                                                                                                                                          |
|------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Output Created         | 15-FEB-2025 00:24:07           |                                                                                                                                          |
| Comments               |                                |                                                                                                                                          |
| Input                  | Active Dataset                 | DataSet1                                                                                                                                 |
|                        | Filter                         | <none>                                                                                                                                   |
|                        | Weight                         | <none>                                                                                                                                   |
|                        | Split File                     | <none>                                                                                                                                   |
|                        | N of Rows in Working Data File | 83                                                                                                                                       |
| Missing Value Handling | Definition of Missing          | For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing. |
|                        | Cases Used                     | Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.       |
| Syntax                 |                                | MEANS TABLES=y BY x<br>/CELLS=MEAN COUNT<br>STDDEV<br>/STATISTICS ANOVA<br>LINEARITY.                                                    |
| Resources              | Processor Time                 | 00:00:00.01                                                                                                                              |
|                        | Elapsed Time                   | 00:00:00.00                                                                                                                              |

**Case Processing Summary**

|                                    | Cases    |         |          |         |       |         |
|------------------------------------|----------|---------|----------|---------|-------|---------|
|                                    | Included |         | Excluded |         | Total |         |
|                                    | N        | Percent | N        | Percent | N     | Percent |
| Perilaku Konsumtif *<br>Harga Diri | 83       | 100.0%  | 0        | 0.0%    | 83    | 100.0%  |

## Report

### Perilaku Konsumtif

| Harga Diri | Mean  | N  | Std. Deviation |
|------------|-------|----|----------------|
| 26         | 64.75 | 4  | 1.708          |
| 27         | 67.60 | 5  | 4.037          |
| 28         | 73.00 | 1  | .              |
| 29         | 78.00 | 1  | .              |
| 30         | 65.50 | 4  | 7.047          |
| 31         | 68.00 | 3  | 4.359          |
| 32         | 70.50 | 6  | 4.593          |
| 33         | 65.00 | 3  | 1.732          |
| 34         | 67.00 | 5  | 3.674          |
| 35         | 69.00 | 6  | 4.733          |
| 36         | 66.00 | 2  | 7.071          |
| 37         | 66.00 | 1  | .              |
| 38         | 72.25 | 4  | 7.588          |
| 39         | 69.33 | 3  | 9.074          |
| 40         | 62.33 | 3  | 6.429          |
| 41         | 66.80 | 5  | 1.789          |
| 42         | 58.67 | 3  | 5.508          |
| 43         | 62.75 | 4  | 5.909          |
| 44         | 63.00 | 3  | 5.292          |
| 45         | 63.25 | 4  | 3.686          |
| 46         | 63.67 | 3  | .577           |
| 47         | 55.67 | 3  | 8.327          |
| 49         | 64.50 | 2  | .707           |
| 50         | 57.00 | 3  | 5.292          |
| 51         | 63.00 | 1  | .              |
| 57         | 55.00 | 1  | .              |
| Total      | 65.57 | 83 | 6.129          |

**ANOVA Table**

|                                 |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|
| Perilaku Konsumtif * Harga Diri | Between Groups | (Combined) Linearity     | 1601.052       | 25 | 64.042      |
|                                 |                | Deviation from Linearity | 656.466        | 1  | 656.466     |
|                                 |                |                          | 944.586        | 24 | 39.358      |
|                                 | Within Groups  |                          | 1479.333       | 57 | 25.953      |
|                                 | Total          |                          | 3080.386       | 82 |             |

**ANOVA Table**

|                                 |                          | F      | Sig.  |
|---------------------------------|--------------------------|--------|-------|
| Perilaku Konsumtif * Harga Diri | Between Groups           | 2.468  | .002  |
|                                 | Linearity                | 25.294 | <.001 |
|                                 | Deviation from Linearity | 1.516  | .100  |
|                                 | Within Groups            |        |       |
|                                 | Total                    |        |       |

**Measures of Association**

|                    | R     | R Squared | Eta  | Eta Squared |
|--------------------|-------|-----------|------|-------------|
| Perilaku Konsumtif | -.462 | .213      | .721 | .520        |
| Harga Diri         |       |           |      |             |



## LAMPIRAN 5

## UJI REGRESI

## Regression

### Notes

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                             |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Output Created         | 15-FEB-2025 00:24:54                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                             |
| Comments               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                             |
| Input                  | Active Dataset                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | DataSet1                                                                    |
|                        | Filter                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <none>                                                                      |
|                        | Weight                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <none>                                                                      |
|                        | Split File                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <none>                                                                      |
|                        | N of Rows in Working Data File                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 83                                                                          |
| Missing Value Handling | Definition of Missing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | User-defined missing values are treated as missing.                         |
|                        | Cases Used                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Statistics are based on cases with no missing values for any variable used. |
| Syntax                 | REGRESSION<br>/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV<br>CORR SIG N<br>/MISSING LISTWISE<br>/STATISTICS COEFF OUTS R<br>ANOVA COLLIN TOL<br>/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)<br>TOLERANCE(.0001)<br>/NOORIGIN<br>/DEPENDENT y<br>/METHOD=ENTER x<br>/SCATTERPLOT=(y ,*ZPRED)<br>/RESIDUALS DURBIN<br>HISTOGRAM(ZRESID)<br>NORMPROB(ZRESID)<br>/CASEWISE PLOT(ZRESID)<br>OUTLIERS(3). |                                                                             |
| Resources              | Processor Time                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 00:00:01.41                                                                 |
|                        | Elapsed Time                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 00:00:01.00                                                                 |
|                        | Memory Required                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2400 bytes                                                                  |
|                        | Additional Memory Required for Residual Plots                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 896 bytes                                                                   |

**Descriptive Statistics**

|                    | Mean  | Std. Deviation | N  |
|--------------------|-------|----------------|----|
| Perilaku Konsumtif | 65.57 | 6.129          | 83 |
| Harga Diri         | 37.69 | 7.277          | 83 |

**Correlations**

|                     |                    | Perilaku Konsumtif | Harga Diri |
|---------------------|--------------------|--------------------|------------|
| Pearson Correlation | Perilaku Konsumtif | 1.000              | -.462      |
|                     | Harga Diri         | -.462              | 1.000      |
| Sig. (1-tailed)     | Perilaku Konsumtif | .                  | <.001      |
|                     | Harga Diri         | .000               | .          |
| N                   | Perilaku Konsumtif | 83                 | 83         |
|                     | Harga Diri         | 83                 | 83         |

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

| Model | Variables Entered       | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------------|-------------------|--------|
| 1     | Harga Diri <sup>b</sup> | .                 | Enter  |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .462 <sup>a</sup> | .213     | .203              | 5.470                      | 1.939         |

a. Predictors: (Constant), Harga Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1     | Regression | 656.466        | 1  | 656.466     | 21.937 | <.001 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 2423.920       | 81 | 29.925      |        |                    |
|       | Total      | 3080.386       | 82 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Harga Diri

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | 80.220                      | 3.186      |                           | 25.180 | <.001 |                         |       |
|       | Harga Diri | -.389                       | .083       | -.462                     | -4.684 | <.001 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions |            |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|------------|
|       |           |            |                 | (Constant)           | Harga Diri |
| 1     | 1         | 1.982      | 1.000           | .01                  | .01        |
|       | 2         | .018       | 10.516          | .99                  | .99        |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

| Case Number | Std. Residual | Perilaku Konsumtif | Predicted Value | Residual |
|-------------|---------------|--------------------|-----------------|----------|
| 48          | 3.209         | 83                 | 65.44           | 17.556   |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

|                      | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation | N  |
|----------------------|---------|---------|-------|----------------|----|
| Predicted Value      | 58.06   | 70.11   | 65.57 | 2.829          | 83 |
| Residual             | -12.945 | 17.556  | .000  | 5.437          | 83 |
| Std. Predicted Value | -2.654  | 1.606   | .000  | 1.000          | 83 |
| Std. Residual        | -2.366  | 3.209   | .000  | .994           | 83 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif



## **LAMPIRAN 6**

### **ALAT UKUR PENELITIAN**

## IDENTITAS RESPONDEN

Nama (Inisial) :

Usia :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Pengeluaran Perbulan :

Angket ini didasarkan untuk penelitian tugas akhir pada Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area. Respon yang sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran sangat dibutuhkan dalam pengisian angket ini karena sangat membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Petunjuk pengisian :

1. Ditulis dalam bentuk PERNYATAAN, silahkan memilih salah satu alternatif respon yang sudah disediakan pada pilihan jawaban dari pernyataan.
2. Berilah tanda *check-list* (✓) pada penilaian pernyataan yang sesuai dengan pendapat Anda.
3. Alternatif pilihan respon tersebut adalah :

**STS** : Jika Anda merasa **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan hal tersebut

**TS** : Jika Anda Merasa **TIDAK SESUAI** dengan hal tersebut

**S** : Jika Anda merasa **SESUAI** dengan hal tersebut

**SS** : Jika Anda merasa **SANGAT SESUAI** dengan hal tersebut

4. Tidak ada jawaban yang benar maupun salah, semua jawaban yang Anda pilih adalah benar asalkan menjawab dengan jujur sesuai dengan kondisi Anda.

### SKALA PERILAKU KONSUMTIF

| NO  | PERNYATAAN                                                                           | SS | S | TS | STS |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 1.  | Ketika melihat barang yang menarik ditoko, saya akan langsung membelinya.            |    |   |    |     |
| 2.  | Saya mudah dipengaruhi oleh teman saat membeli barang.                               |    |   |    |     |
| 3.  | Saya mudah terpengaruh untuk membeli barang karena hadiah bonus yang ditawarkan.     |    |   |    |     |
| 4.  | Ketika berbelanja di mall, saya mencari produk diskon.                               |    |   |    |     |
| 5.  | Saya hanya membeli barang yang telah direncanakan sebelumnya.                        |    |   |    |     |
| 6.  | Saya menghindari membeli barang secara spontan meskipun menarik perhatian.           |    |   |    |     |
| 7.  | Saya jarang membeli barang hanya karena teman juga membelinya.                       |    |   |    |     |
| 8.  | Saya memastikan barang yang saya beli akan saya pakai.                               |    |   |    |     |
| 9.  | Setiap ada barang yang sedang trend saya akan membelinya.                            |    |   |    |     |
| 10. | Saya membeli barang untuk menunjukkan status sosial dilingkungan kerja.              |    |   |    |     |
| 11. | Saya membeli barang untuk mengikuti trend dan gaya hidup daripada manfaatnya.        |    |   |    |     |
| 12. | Rasa percaya diri saya meningkat saat menggunakan produk yang bermerek.              |    |   |    |     |
| 13. | Membeli barang mahal karena saya merasa lebih percaya diri saat menggunakannya.      |    |   |    |     |
| 14. | Saya membeli barang berdasarkan kebutuhan bukan untuk meningkatkan status sosial.    |    |   |    |     |
| 15. | Saya memilih barang berdasarkan kualitas bukan karena gengsi.                        |    |   |    |     |
| 16. | Saya merasa percaya diri meskipun menggunakan barang yang terjangkau.                |    |   |    |     |
| 17. | Saya cenderung memborong barang ketika ada promosi besar meskipun kurang diperlukan. |    |   |    |     |
| 18. | Saya suka mengoleksi pakaian dengan model yang sama.                                 |    |   |    |     |
| 19. | Saya membelanjakan uang yang lebih banyak untuk mengubah daya                        |    |   |    |     |

|     |                                                                                 |  |  |  |  |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|     | tarik fisik.                                                                    |  |  |  |  |
| 20. | Saya membeli barang hanya karena merasa harus memanfaatkan diskon.              |  |  |  |  |
| 21. | Saya lebih suka menabung uang gaji daripada berfoya-foya.                       |  |  |  |  |
| 22. | Saya cenderung membeli barang dalam jumlah yang dibutuhkan.                     |  |  |  |  |
| 23. | Saya memastikan barang yang dibeli akan digunakan secara maksimal.              |  |  |  |  |
| 24. | Saya membeli barang saat benar-benar membutuhkannya, meskipun ada diskon besar. |  |  |  |  |



**HARGA DIRI**

| NO  | PERNYATAAN                                                                         | SS | S | TS | STS |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 1.  | Saya mampu memengaruhi rekan kerja untuk mencapai tujuan bersama.                  |    |   |    |     |
| 2.  | Saya dihargai karena bisa mengendalikan situasi kantor.                            |    |   |    |     |
| 3.  | Saya merasa mampu mengontrol pekerjaan dengan baik.                                |    |   |    |     |
| 4.  | Saya merasa kurang berpengaruh di lingkungan kerja.                                |    |   |    |     |
| 5.  | Pendapat saya di tempat kerja kurang dihargai.                                     |    |   |    |     |
| 6.  | Teman kerja cenderung setuju dengan pendapat saya tanpa memberikan pandangan lain. |    |   |    |     |
| 7.  | Saya merasa dihargai oleh rekan kerja.                                             |    |   |    |     |
| 8.  | Pekerjaan saya memberi dampak positif bagi tim.                                    |    |   |    |     |
| 9.  | Saya merasa penting dalam pekerjaan yang diberikan.                                |    |   |    |     |
| 10. | Saya merasa kurang dihargai oleh rekan kerja.                                      |    |   |    |     |
| 11. | Pekerjaan saya kurang memberi dampak bagi tim.                                     |    |   |    |     |
| 12. | Saya merasa peran saya kurang penting di tempat kerja.                             |    |   |    |     |
| 13. | Saya berusaha bertindak jujur di tempat kerja.                                     |    |   |    |     |
| 14. | Saya bangga menjaga kejujuran dalam pekerjaan.                                     |    |   |    |     |
| 15. | Saya menjaga hubungan baik dengan rekan kerja.                                     |    |   |    |     |
| 16. | Saya merasa melanggar aturan untuk menyelesaikan pekerjaan.                        |    |   |    |     |
| 17. | Saya merasa kesulitan bertindak sesuai dengan etika di pekerjaan.                  |    |   |    |     |
| 18. | Saya kurang memikirkan dampak dari tindakan saya pada orang lain.                  |    |   |    |     |
| 19. | Saya merasa bisa menyelesaikan tugas dengan baik.                                  |    |   |    |     |
| 20. | Saya percaya diri menyelesaikan pekerjaan dengan baik.                             |    |   |    |     |
| 21. | Saya berhasil dalam mengembangkan keahlian di tempat kerja.                        |    |   |    |     |
| 22. | Saya merasa kesulitan menyelesaikan tugas yang diberikan.                          |    |   |    |     |
| 23. | Saya merasa belum cukup terampil untuk pekerjaan saya.                             |    |   |    |     |
| 24. | Saya merasa kurang percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki.                    |    |   |    |     |



## LAMPIRAN 7

### SURAT KETERANGAN BUKTI PENELITIAN



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 171/FPSI/01.10/1/2025

20 Januari 2025

Lampiran : -

Hal : Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Kepala  
**Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan**  
di -  
Tempat

Dengan hormat,  
Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Dinas Pariwisata Kota Medan** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Dwi Octa Silvia  
Nomor Pokok Mahasiswa : 218600285  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan**. Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Dinas Pariwisata Kota Medan**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area. Penelitian mahasiswa tersebut dibimbing oleh Bapak **Khairuddin, S.Psi, M.Psi**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,  
Ketua Program Studi Psikologi

**Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog**

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip





# PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32, Medan Johor, Medan Sumatera Utara 20143,

Telepon (061) 7873439 Faksimile (061) 7873314

Laman [brida.medan.go.id](http://brida.medan.go.id), Pos-el [brida@medan.go.id](mailto:brida@medan.go.id)

## SURAT KETERANGAN RISET

Nomor : 000.9/0671

- DASAR :
1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan.
  2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.

MENIMBANG : Surat dari Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Nomor 171/FPSI/01.10/1/2025 Tanggal 20 Januari 2025 Perihal Izin Riset.

NAMA : **Dwi Octa Silvia**  
NIM : 218600285  
JURUSAN : Psikologi  
JUDUL : **"Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan"**  
LOKASI : Dinas Pariwisata Kota Medan  
LAMANYA : 1 (satu) Bulan  
PENANGGUNG JAWAB : Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset .
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. **Hasil Laporan Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk softcopy atau melalui Email ([brida@medan.go.id](mailto:brida@medan.go.id)).**
5. Surat Keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat Keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan

Pada Tanggal : 03 Februari 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :  
Kepala Badan  
Riset dan Inovasi Daerah,

Mansursyah, S, Sos, M. AP  
Pembina Tk. I (IV/b)  
NIP 196805091989091001

### Tembusan :

1. Wali Kota Medan.
2. Kepala Dinas Pariwisata Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.



Medan, 26 Februari 2025

Nomor : 000.9/0305  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Riset

Yth. Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area  
di  
Medan

Berdasarkan surat Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Nomor 000.9/0671, tanggal 03 Februari 2025 perihal Surat Keterangan Riset di Dinas Pariwisata Kota Medan.

Berkenaan dengan hal tersebut dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Dwi Octa Silvia  
NIM : 218600285  
Jurusan : Psikologi  
Judul : "Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan"

Telah menyelesaikan kegiatan penelitian di Dinas Pariwisata Kota Medan.

Adapun informasi atau data yang diambil dari Dinas Pariwisata Kota Medan hendaknya hanya digunakan untuk keperluan laporan yang bersangkutan dan tidak digunakan untuk kepentingan lainnya.

Demikian hal ini disampaikan untuk dimaklumi.

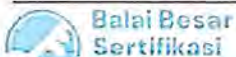


Ditandatangani secara elektronik oleh :  
Kepala Dinas Pariwisata,

M. Odi Anggia Batubara, S. STP, MM  
Pembina Tk I (IV/b)  
NP 198310102001121001

Tembusan :

1. Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan
2. Yang bersangkutan



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR  
- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"

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



# PEMERINTAH KOTA MEDAN

## BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143

Telp. (061) 7873439 Fax. (061) 7873314

E-mail : brida@medan.go.id Website : www.brida.medan.go.id

### SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Nomor : 000.9/1067

Berdasarkan Surat Keterangan Riset dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan Nomor 000.9/0671 Tanggal 03 Februari 2025, dengan ini memberikan kepada nama di bawah ini :

Nama : **Dwi Octa Silvia**  
NIM : 218600285  
Program Studi : Psikologi  
Lokasi : Dinas Pariwisata Kota Medan  
Judul : **"Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan"**  
Lamanya : 1 (satu) Bulan  
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Bahwa yang bersangkutan tersebut di atas telah menyelesaikan Riset di Dinas Pariwisata Kota Medan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan

Pada Tanggal : 26 Februari 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :  
Kepala Badan  
Riset dan Inovasi Daerah,

Mansursyah, S, Sos, M. AP  
Pembina Tk. I (IV/b)  
NIP 196805091989091001

#### Tembusan :

1. Wali Kota Medan.
2. Kepala Dinas Pariwisata Kota Medan.
3. Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.